

WIR info

2/2026

Das Magazin für Schweizer KMU

charging solutions | juice

**Booster für
E-Fahrzeuge**

Dank Christoph Erni und seiner Juice Technology
wird Elektromobilität zum Kinderspiel

**1284 Meter
über dem Alltag**

Das Viersternehotel Weissenstein auf dem
Solothurner Hausberg vereint Tradition mit Moderne

Bank **WIR**

Sonnig

Editorial

Wer im Mittelland zu Hause ist, weiss, was einige Hundert Meter Höhenunterschied ausmachen können. Wenn «unten» alles im Nebelmeer versinkt und die Sichtweite noch 50 m beträgt, erklimmt man z.B. einen Juragipfel, tankt Sonne und weckt den Geist mit dem Weitblick auf die Alpen. Wer den Weissenstein ob Solothurn besucht, kommt mehrfach auf seine Rechnung: Da ist zum einen die rund viertelstündige Fahrt mit der Gondelbahn und zum andern das Viersternehotel Weissenstein. Es bietet sich nicht nur als Zwischenstopp oder Ausgangspunkt einer Wanderung an, sondern auch als Feriendestination und komfortabler Ort für Feste, Seminare und Tagungen. Die Sonne ist auf dem Weissenstein sogar (fast) zum Anfassen: Hinter dem Hotel startet ein Planetenweg, der Richtung Grenchenberg führt. Dabei entspricht ein gewanderter Kilometer einer Milliarde Kilometern im Sonnensystem (S. 20).

Einiges an Strom (aber noch lange nicht genug), der aus der Steckdose kommt, hat seinen Ursprung auf der Sonne. Nach einer Schwächephase hat sich der Anteil an reinen E-Autos an den Neuzulassungen etwas erholt und liegt nun um die 25%. Wenn viele Fahrzeughalter den Schritt weg vom Benziner und hin zum E-Auto noch nicht wagen, so liegt dies auch am ungewohnten und vermeintlich komplizierten Ladevorgang. Wie Christoph Erni mit Produkten seiner Juice Technology das Laden von Elektrofahrzeugen zum Kinderspiel macht, lesen Sie ab S. 8.

Ohne Sonne keine Bäume, ohne Bäume kein Holz. In der Schweiz hat die Holznutzung Tradition, und damit auch das Heizen mit diesem Naturprodukt. Im Wallis besonders verbreitet sind Specksteinöfen, wie sie die Firma Mosoni-Vuissoz Magie du Feu SA in ihrem Sortiment führt. Seit genau 100 Jahren sorgt das Unternehmen für warme Stuben im Wallis. Mehr über das Unternehmen und die Familien, die dahinterstecken, auf S. 14.

Wenn etwas an der Sonne glänzt, könnte dies auch an den Produkten der Firma vepo liegen. Das KMU von Regula von Huben-Vetterli bietet ein beachtliches Sortiment an qualitativ hochstehenden Marken für die wirksame und umweltverträgliche Reinigung an – und besetzt damit seit Jahrzehnten eine Nische im hiesigen Fachhandel (S. 28).

Daniel Flury
Chefredaktor



500 CHW geschenkt!

Ihre Gutschrift für Inserate und Werbung

Bringen Sie Bewegung in Ihren WIR-Umsatz und machen Sie sich im WIRmarket und im WIRinfo bekannt! Wir erleichtern Ihnen die ersten Schritte: Im KMU-Paket der Bank WIR ist eine Werbegutschrift von 500 CHW enthalten. Das Beste daran: Dieses Geschenk erneuert sich automatisch jedes Jahr.

Kaum ein KMU kommt ohne Werbung und Inserate aus. Dabei geht es nicht nur darum, ein Image oder eine Marke aufzubauen: Werbung soll vor allem verkaufen. Im WIR-Bereich zeigt man sich mit Vorteil auf wirmarket.ch und im WIRinfo, dessen Inserateteil auch digital einsehbar ist. Der Streuverlust ist in beiden Medien sehr niedrig, da das gesamte Zielpublikum über WIR-Guthaben verfügt, das ausgegeben sein will. Jeder WIR-Kunde verfügt jeweils ab Anfang Januar automatisch über eine Gutschrift von 500 CHW. Sie kann bis Dezember des betreffenden Jahres eingesetzt werden. Wird sie nicht benutzt, verfällt sie und wird im Folgejahr erneuert.

Wo sehe ich die Gutschrift und den aktuellen Saldo?

Die Gutschrift erfolgt für jeden WIR-Kunden im Inseratesystem der Bank WIR, da sie ausschliesslich für Werbung und Inserate verwendet werden kann. Das Restguthaben wird für den Kunden dann ersichtlich, wenn er nach Aufgabe eines Inserats oder einer Werbung die Belastungsanzeige per Post erhält. In der Belastungsanzeige wird der aktuell verfügbare Betrag aufgeführt. Dies erleichtert die Planung der nächsten Werbeschritte. Das aktuelle Guthaben kann auch im persönlichen Profil im WIRmarket eingesehen werden.

Wie setze ich die Gutschrift ein?

Da die WIRmarket-Inserate gratis sind, kann das Guthaben von 500 CHW vollumfänglich für Inserate im WIRinfo (100% WIR) und für Toplistings im WIRmarket (100% WIR) eingesetzt werden. Mit Toplistings bewerben Sie z. B. Ihre Firma, Ihren Shop oder Ihr Inserat im WIRmarket.

Legen Sie jetzt los!

Werbemöglichkeiten, Kontaktdaten, Formate und Preise für Inserate im WIRinfo finden Sie in jedem Heft auf den drei letzten Seiten. Im WIRmarket müssen Sie registriert und mit Ihrer Firma verknüpft sein. Auf Youtube finden Sie ein Tutorial dazu (und zu anderen Themen) – oder kontaktieren Sie uns, wenn Fragen auftauchen: wirmarket@wir.ch oder 0800 947 944 (Mo–Fr, 7.30–18.00 Uhr).

● Daniel Flury

**WIRinfo-Inserate sind neu
mit 100% WIR bezahlbar!**





«Banking, das in
Ihren Alltag passt –
einfach, fair und top.»

Bankpaket top: Konto, Karte, TWINT und
Digital Banking in einem

Jetzt
eröffnen

 moneyland.ch

Banken

Testsieger

Kostenvergleich, 06/2025
Konto und Karte

Inhalt

Seite 14

André Mosoni führt die Firma Mosoni-Vuissoz Magie du Feu SA zusammen mit seinen Söhnen Vincent (Foto) und Frédéric Mosoni in dritter und vierter Generation. Eine Spezialität des Hauses – das heuer auf 100 Jahre Geschichte zurückblickt – sind Specksteinöfen, die im Wallis eine lange Tradition haben.



Seite 28

«Wir kümmern uns um jeden Dreck», sagt Regula von Huben-Vetterli augenzwinkernd. Tatsächlich: Ihr KMU vepo bietet ein beachtliches Sortiment an qualitativ hochstehenden Marken für die Reinigung an – und besetzt damit seit Jahrzehnten erfolgreich eine Nische im Schweizer Fachhandel.

Seite 38

Die Schweizer Stimmbevölkerung hat am 28. September 2025 einen weitreichenden steuerpolitischen Entscheid gefällt: Der Eigenmietwert wird abgeschafft. Mit der Annahme der Reform der Wohneigentumsbesteuerung wird ein zentrales Element des bisherigen Steuersystems aufgehoben.



- | | | |
|---|--|--|
| <p>8 Booster für E-Fahrzeuge
Juice Technology</p> <p>13 144 Seiten
«Faszination WIR»</p> <p>14 Wärme seit 1926
100 Jahre Mosoni-Vuissoz
Magie du Feu SA</p> <p>20 1284 Meter über dem Alltag
Hotel Weissenstein</p> <p>27 Inserateschlüsse</p> <p>28 Glanzleistung!
vepo</p> <p>34 Starke Ergebnisse
Das Geschäftsjahr 2025
der Bank WIR</p> | <p>38 Der Eigenmietwert wird abgeschafft
Was das für Eigentümerinnen
und Eigentümer bedeutet</p> <p>43 Die Bank WIR an der Gastia
und am Hospitality Summit</p> <p>44 Nachzahlungen
erstmals möglich
Säule 3a</p> <p>46 Das Sparkonto mit
Top-Konditionen
Sparkonto plus</p> <p>48 Was Holbein
über LinkedIn wusste
Artgrade your business!</p> | <p>52 Der Unternehmergeist
und die Polterer
Kolumne von Karl Zimmermann</p> <p>55 Neue WIR-Teilnehmer</p> <p>60 Willkommen im
WIR-Network</p> <p>78 Impressum</p> <p>79 Standorte der Bank WIR
und Social Media</p> <p>80 Werbemöglichkeiten
im WIR-Netzwerk</p> <p>82 Inseratepreise</p> |
|---|--|--|

Christoph Erni mit der
Wallbox Juice Charger me 3.
Fotos: Henry Muchenberger



Booster für E-Fahrzeuge

Juice Technology

Noch immer ist das vermeintlich komplizierte Laden von Elektrofahrzeugen für viele Menschen ein Argument, nicht auf Stromer umzusteigen. Juice Technology aus Bachenbülach ZH hält dagegen – mit Produkten, die das Laden auf der ganzen Welt zum Kinderspiel machen.

Für Christoph Erni haben Elektromobilität und WIR etwas gemeinsam. «Man muss erst eine gewisse Einstiegshürde überwinden, bevor man merkt, wie toll es ist», sagt er. Der Gründer und CEO von Juice Technology spricht aus Erfahrung. Schliesslich hat er beide Hürden selbst gemeistert, und er fährt damit bestens – im wahrsten Sinn des Worts.

Das Kabel des Anstosses

Doch eins nach dem anderen. Seine beruflichen Wurzeln hat Christoph Erni in der Informatik. Im Lauf der Zeit kamen der Marketing- und Unternehmensberatungsbezug dazu. «Damals schwor ich noch auf Zylinder und Motorenklang», erinnert er sich. Doch als er hörte, dass ein gewisser Elon Musk ein offenbar tolles Elektroauto baute, entschloss sich Erni, so einen Wagen zu bestellen. Er wollte kein Prinzipverweigerer sein, sondern zumindest aus eigener Fahrerfahrung ein Urteil fällen können. «Die Frage, wann denn dieses Auto endlich komme, wurde in der Familie zum Running Gag», sagt er lachend. Denn die Lieferfristen bei Tesla waren damals rekordverdächtig lang. 2013 stand das Model S schliesslich in der Garage. Das Elektrofahrzeug überzeugte den Skeptiker sofort, vom Komfort über das Handling bis hin zum Fahrgefühl. «Und dass der Motorenklang fehlte, realisierte ich erst gar nicht!» Der mitgelieferte Ladestecker sorgte



Die Wallbox im Einsatz.



Christoph Erni zeigt einen von mehr als 30 Adaptern für den weltweiten Verkauf des Juice Booster 2 und des Juice Booster 3 air.

jedoch für die erste Enttäuschung: Er gab schon in der ersten Nacht den Geist auf. «Da dachte ich mir: Wenn das eine Zukunft haben soll, muss man es besser machen», sagt Erni. «Und zwar so, dass diese Ladekabel absolut sicher sind und nicht plötzlich durch Überlastung schmelzen und Feuer fangen.»

Von A bis Z durchdacht

Gesagt, getan. 2014 gründete Christoph Erni Juice Technology mit dem zugrunde liegenden Anspruch, Ladevorgänge bei Elektroautos müssten so gestaltet werden, dass sie den Usern keine Sorgen bereiten – egal bei wel-

chem Auto, bei welchem Netz und in welchem Land. Der Zeitpunkt hätte nicht günstiger sein können; die Mobilitätswende nahm gerade Fahrt auf. Eine Fahrt, die mit dem Brüsseler Aus des Verbrennerverbots verlangsamt wurde? «Es braucht gar keine Verbote», ist Erni überzeugt, «der Markt wird das regeln.» Besonders, da immer mehr asiatische Hersteller mit qualitativ hochstehenden und preislich konkurrenzfähigen Fahrzeugen in den europäischen Markt drängen. Doch zurück zu Juice, das anfangs noch in Cham beheimatet war.

Ladekabel Juice Booster

Das erste Produkt, das die Fachleute entwickelten, war der Juice Booster, ein Ladekabel für jede Gelegenheit. «Wir dachten bei der Entwicklung von der Endkundschaft her», erzählt Christoph Erni, «und wir fragten uns: Was würde ich von so einem Produkt erwarten, wenn ich nichts Vergleichbares kennen würde?» Es ging nicht darum, möglichst schnell irgendetwas auf den Markt zu werfen, sondern ein Produkt zu kreieren, das höchsten Ansprüchen genügt. «Ein Produkt wird nicht teurer, wenn man es einmal von Anfang bis Ende konsequent durchdenkt», ist der CEO überzeugt. «Es wird nur dann teurer, wenn es ungenügend ist und man es im Nachhinein aufwerten muss.»

Vielseitig und überall erhältlich

Der Juice Booster ist heute in verschiedenen Varianten erhältlich und hat sich zu so etwas wie einem Schweizer



Die Juice Booster sind – je nach Kundenwunsch – farblich anpassbar.

Taschenmesser für E-Auto-Fahrer gemauert. Das beinahe unscheinbare Kabel ist eine mobile Ladestation, Wallbox und Mode-3-Ladekabel zum Laden an öffentlichen Ladesäulen in einem; es ist wasser- und staubdicht, schlagfest und überfahrsticher und funktioniert bei Temperaturen von -30 °C bis 50 °C. Dank der über 30 aufsteckbaren Adapter, die an praktisch jede Steckdose passen, steht einer Weltreise im E-Auto nichts mehr im Weg – einstecken, laden, fertig. «Wir orientieren uns an der Maxime von Elon Musk, der einmal sagte: «A product that needs a manual to work is broken»», fasst Christoph Erni zusammen. Nur was einfach und zuverlässig funktioniert, wird auch gern genutzt. Mitverantwortlich für den grossen Erfolg des Juice Booster ist die Tatsache, dass er fast überall bezogen werden kann: im Online-Store des Unternehmens, bei Autofachhändlern und sogar bei Wiederverkäufern wie brack.ch.

Ökologisch und vernünftig

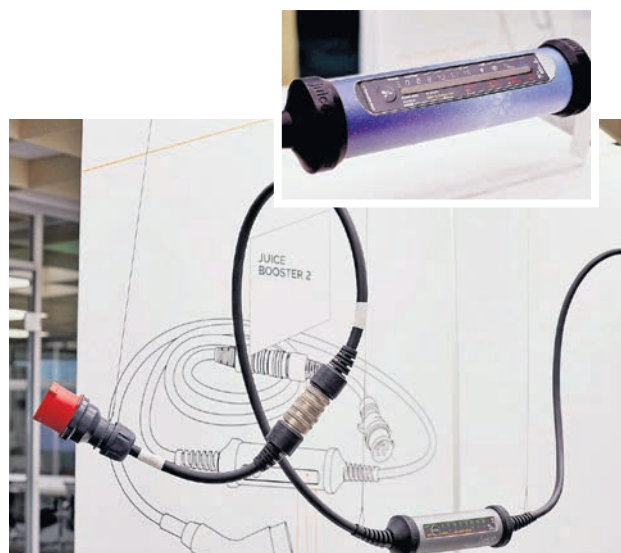
Von Cham zog das Unternehmen erst nach Winkel bei Bülach und vor fünf Jahren schliesslich in ein ehemaliges Möbelhaus in Bachenbülach. Das moderne Gebäude ist Green Office, Entwicklungsstandort und Showroom zugleich – ein Vorzeigebau für das Unternehmen, das mittlerweile 100 Mitarbeitende in aller Welt beschäftigt. Produziert wird in der Schweiz – in Thun und Stein am Rhein –, in Deutschland und in China, eine weitere Expansion ist bereits geplant. «Unser Ziel ist es, unsere Produkte in den Kontinenten zu produzieren, wo sie auch verkauft werden», sagt Christoph Erni. Das ist sowohl nachhaltiger als auch effizienter. «Für solche Überlegungen muss man nicht einmal ökologisch motiviert sein», findet der CEO, «sie sind einfach unternehmerisch vernünftig.»

Starkes B2B

So schön der Erfolg von Juice Technology im Privatkundenbereich ist: Das wichtigere Standbein für das Unternehmen ist der B2B-Bereich. Denn das Unternehmen hat seine Angebotspalette mittlerweile stark erweitert und hat neben dem Booster auch Wallboxen sowie mobile und stationäre Schnellladestationen im Sortiment. Der Booster kommt zum Beispiel oft bei Unternehmens-Autofлотten zum Einsatz. Die Software im Hintergrund sorgt für eine sichere und genaue Abrechnung. Die Ladestationen sind bei Firmen beliebt, die bei Geschäftswagen auf elektrisch setzen oder ihren umweltbewussten Mitarbeitenden Lademöglichkeiten zur Verfügung stellen wollen. «Auch hier setzen wir auf ein Rundum-sorglos-Paket mit aller nötigen Hard- und Software für jedes Umfeld und jede Automarke», sagt Christoph Erni. Laden soll so einfach sein wie tanken – nur, dass man nicht daneben stehen muss. Erst kürzlich rüstete zum Beispiel ERZ Entsorgung + Recycling Zürich auf Juice-Ladestationen um. «Weil unsere Produkte deren Fahrzeuge die ganze Nacht über zuverlässig mit 22 kW Wechselstrom laden können, ohne zu überhitzen», erklärt Erni.



Für den Verkauf des Juice Booster 2 und des Juice Booster 3 air hat Juice Technology über 30 Adapter entwickelt.



Der Juice Booster 2 und 3 air.

WIR als Einstiegsmöglichkeit

Im B2B-Bereich kommt seit neustem auch WIR ins Spiel. «Ich bereue heute noch, mich mit dem Thema nicht schon viel früher beschäftigt zu haben», sagt Christoph Erni. Auf die WIR-Spur brachte ihn ein Geschäftspartner, der ihn dazu ermunterte, doch einmal genauer hinzuschauen. Denn wenn man das WIR-System von aussen nur oberflächlich betrachte, könne man gar nicht ermessen, was es alles leisten kann. Da ist sie wieder, die Einstiegshürde, die wohl vor allem eine Kopfsache ist. «Wenn man sich aber die Zeit nimmt und sich wirklich damit beschäftigt, entdeckt man plötzlich ganz viele Möglichkeiten und Lösungen», weiss der CEO heute. Die Kunst sei, den Umgang mit WIR richtig zu handhaben. Christoph Erni und Juice Technology haben den Schritt ins WIR-System vollzogen. Seit diesem Jahr können Wandladestationen für den professionellen Bereich – inklusive Backend, App und Lastenmanagement – vollumfänglich mit WIR bezahlt werden. Juice selbst nutzt erhaltene WIR für die inländische Produktion und Beschaffung. Schon jetzt stellt Christoph Erni fest, dass das Angebot auf offene Ohren stösst. Es wundert ihn nicht, schliesslich begegnet er immer wieder Unternehmerinnen und Unternehmern, die vom WIR-System schwärmen. Die Bezahlmöglichkeit mit WIR könne schliesslich ein Anreiz für Unternehmen sein, den Umstieg auf Elektromobilität in Angriff zu nehmen, ohne sich damit in schwer zu stemmende Unkosten zu stürzen. So gesehen fördert der WIR letztlich das Umweltbewusstsein von teilnehmenden Unternehmen – und ist ein weite-



Zukunftsmusik: Christoph Erni mit einem Prototyp für bidirektionales Laden.

rer Hebel auf dem Weg in eine umweltfreundliche Mobilitätszukunft.

● Erik Brühlmann

WIRmarket.ch > Juice Technology



Der Sitz der Juice Technology AG in Bachenbülach.

Foto: zVg

Faszination WIR

144 Seiten «Faszination WIR»

Am 16. Oktober 2024 konnte die WIR Bank Genossenschaft ihren 90. Geburtstag feiern. Das Buch «Faszination WIR – Resistent gegen Krisen, Spekulationen und Profitgier» beleuchtet Aspekte einer spannenden Firmengeschichte, setzt dazu bereits beim Börsencrash von 1929 ein und zeigt die Zukunftschancen der Komplementärwährung WIR auf. Das Buch ist im Buchhandel erhältlich, kann zu einem Vorzugspreis, aber auch über die Bank WIR bezogen werden.

Das WIR-System der Bank WIR unterstützt die Schweizer Binnenwirtschaft und ist in seiner Grösse und Nachhaltigkeit weltweit einzigartig: Was 1934 als Netzwerk von 300 Firmen und Privaten begann, umfasst heute über 20000 KMU, die unter sich jährlich einen Mehrumsatz von mehreren Hundert Millionen CHW generieren. In seinem Buch «Faszination WIR» zeigt Hervé Dubois auf, wie diese spannende Erfolgsgeschichte möglich war, welche Hürden dabei genommen werden mussten und was auch in Zukunft der ökonomische Nutzen einer Komplementärwährung in einer von Wachstums- und Profitdenken geprägten Wirtschaftsordnung ist.

Hervé Dubois wurde in La Chaux-de-Fonds geboren und wuchs in Zürich auf. Nach der Matur studierte er Wirtschaftswissenschaften und Publizistik an der Hochschule St. Gallen. Während 20 Jahren war Dubois in der Region Basel als Redaktor bei Tageszeitungen, bei der Schweizerischen Depeschagentur und als Radiojournalist tätig.

1995 wechselte er zur WIR Bank Genossenschaft, wo er bis zu seiner Pensionierung 2014 als Kommunikationsleiter tätig war. Heute lebt Hervé Dubois im Wallis.

Faszination WIR – Resistent gegen Krisen, Spekulationen und Profitgier. 144 Seiten, Hardcover, Leinenstruktur mit Prägung

Erhältlich ist das Buch in allen Buchhandlungen (ISBN 978-3-03781-075-0) zum Preis von 34 CHF (Richtpreis).

Das Buch kann – solange der Vorrat reicht – auch über die Bank WIR zum Vorzugspreis von 20 CHF oder 20 CHW bezogen werden, und zwar

- per Post mit dem unten stehenden Talon*
- per E-Mail (s. Talon)*
- in den Filialen und Agenturen der WIR Bank

* Portokosten werden nicht verrechnet



TALON

Bitte senden Sie mir Exemplar(e) des Buchs «Faszination WIR» zum Preis von 20.–/Exemplar an diese Adresse:

Firma:

Vorname/Name:

Strasse:

PLZ/Ort:

Unterschrift:

Ich bezahle mit WIR. Bitte belasten Sie mein WIR-Konto Nr.

Ich bezahle mit CHF. Bitte belasten Sie mein
Kontokorrentkonto Nr. Sparkonto Nr.

Ich bezahle mit CHF nach Erhalt einer Rechnung (Lieferung nach Zahlungseingang)



Talon einsenden an **Bank WIR, Marketing, Auberg 1, 4002 Basel**. Oder bestellen Sie das Buch per E-Mail: faszination@wir.ch (bitte gewünschte Anzahl Bücher, Adresse und Zahlart mit Kontonummer angeben).

André Mosoni führt die Firma Mosoni-Vuissoz Magie du Feu SA zusammen mit seinen Söhnen Vincent (Foto) und Frédéric Mosoni in dritter und vierter Generation. Eine Spezialität des Hauses sind Specksteinöfen.

Fotos: Olivier Gisiger

Wärme seit einem Jahrhundert

**100 Jahre Mosoni-Vuissoz
Magie du Feu SA**



Seit 1926 versorgt die Firma Mosoni-Vuissoz Magie du Feu SA das Wallis mit Wärme. Mit Patron André Mosoni und seinen Söhnen Vincent und Frédéric sind gegenwärtig die dritte und vierte Generation aktiv in der Firma tätig.



Ein Steckepferd von André Mosoni: die Familien- und die Firmengeschichte.

Vielen Patrons dürfte die Aufarbeitung der Geschichte ihrer Firma Kopfzerbrechen bereiten. Vor allem, wenn es gilt, sich einen Überblick über nicht weniger als 100 Jahre zu verschaffen! Nicht so für André Mosoni. Der Patron der Firma Mosoni-Vuissoz Magie du Feu SA ist Mitglied der Walliser Vereinigung für Familienforschung und hat die Beschäftigung mit der eigenen Vergangenheit im Blut. Und sie ist ergiebig: So ist er über seine Grossmutter Marie de Preux Spross einer alten Adelsfamilie, die im frühen 14. Jahrhundert in Vevey erstmals genannt wurde und später im Wallis zahlreiche politische Ämter besetzte – und im 19. Jahrhundert sogar zweimal den Bischof von Sitten stellte; die Familie seines Grossvaters und Firmengründers Constant Vuissoz (Wyssen) ist mit der Geschichte der Walser verbunden, und die Familie Mosoni hat ihre Wurzeln im Piemont, im Bognancotal nahe der Grenze zur Schweiz.

Vier Generationen

Anlässlich des 100-jährigen Jubiläums hat André Mosoni die bewegte Firmengeschichte über vier Generationen zusammengetragen und mit vielen Bildern aus dem Familienarchiv dokumentiert. Den Grundstein legten Constant und Marie Vuissoz-de Preux 1926 mit der Gründung

einer Schlosserei in Grône. Im Angebot standen unter anderem Spitzhacken, Hufeisen, Fensterriegel, Beschläge und Winkeleisen – und die Renovation von Holzöfen, wodurch sich eine direkte Verbindung zum aktuellen Angebot der Firma ergibt. Constant Vuissoz' Kreativität als Schlosser drückte sich in zwei Patenten aus: eines für Metallstangen für das Anbinden von Reben («échalas») – bereits sein Vater Augustin stellte solche aus Lärchenholz her – und eines für eine Zentralheizung mit optimierter Verbrennung.

Qualität im Vordergrund

Césarine Vuissoz, eine der beiden Töchter des Ehepaars Vuissoz-de Preux, heiratete 1958 Alfred Mosoni. Das Unternehmen, das erfolgreich durch die Weltwirtschaftskrise und den 2. Weltkrieg navigierte, firmierte nun in Granges unter dem Namen Alfred Mosoni-Vuissoz Boilers. Der gelernte Heizungsinstallateur entwickelte seine eigene Boilermarke («Elite»), die man sogar noch heute funktionierend in Walliser Häusern antrifft, und führte im Weiteren Heizkessel, Radiatoren und Weinfässer im Angebot. Während sein Schwiegervater, geprägt durch Krise und Krieg, auf möglichst günstige Preise achtete, stand für Alfred Mosoni die Qualität im Vordergrund. Unter dem Namen Mosoni-Vuissoz, Comptoirs Réunis, werden nun auch Haushaltsgeräte verkauft und installiert. Im Angebot steht ab 1987 eine stattliche Anzahl Öfen aus Ländern wie Dänemark, den Niederlanden, Irland, Deutschland, Italien, Frankreich oder Japan.

Magic Fires

In der Firma tätig ist seit 1981 die dritte Generation: zuerst André, der ältere der beiden Söhne von Alfred und Césarine Mosoni, und einige Jahre später Antoine. Ab 2007 spezialisierten sich die beiden Brüder, indem sie das Unternehmen in zwei Einheiten aufteilten: Antoine mit Ok Chez Vous (Küchen, Sanitär und Eisenwaren) und André mit Magie du Feu SA. Dadurch wurde das Sortiment an Holz-, Pellet- und Hybridheizungen erheblich erweitert. Höhepunkte sind 2008 die Einweihung einer neuen Ausstellungshalle in Granges, 2012 die Lancierung der Marke Magic Fires und zwei Jahre später die Eröffnung eines Showrooms in Visp.

In dritter Generation führt auch heute André Mosoni das Unternehmen. Der 62-Jährige ist aber bereits aktiv daran, die Übergabe an die vierte Generation vorzuberei-

ten. Während die Söhne Frédéric – von Beruf Ofenbauer – und Vincent – Heizungsmonteur – seit 2016 bzw. 2019 zu 100% für die Firma tätig sind, haben die anderen drei Kinder, Pierre, Paul-Étienne und Constance, andere Wege eingeschlagen, bringen aber gerne ihre Kenntnisse etwa in Buchhaltung, Marketing, Recht oder sozialen Medien in die Firma ein.

Welches Ihrer Produkte wird am stärksten nachgefragt?

André Mosoni: Während etwa im Freiburgischen Molasseöfen oder in der Deutschschweiz Kachelöfen verbreitet sind, haben im Wallis Specksteinöfen eine lange Tradition und sind ein Teil unserer Kultur. Speckstein kann wegen seiner geringen Härte gut bearbeitet werden und ist hitzebeständig. Dazu speichert er Wärme lange und gibt sie gut an die Umgebungsluft ab. Wir haben Modelle entwickelt, die besonders auf das Wallis zugeschnitten sind. Dabei wird der Feuerraum aus Gusseisen mit Speckstein verkleidet. Diese Öfen erlauben eine wunderbare Sicht aufs Feuer und können optional mit Gravuren – z. B. Naturmotive – versehen werden.

Vincent Mosoni: Die Beliebtheit der Specksteinöfen drückt sich auch in ihrem Anteil an den verkauften Öfen aus: Etwa 80% sind Specksteinöfen, 20% Öfen aus Me-

tall. In Chalets beispielsweise trägt die Kombination von Holz- und Specksteinöfen viel zu einem heimeligen Ambiente bei. Auch bei der Renovation von Maiensässen wird gerne Speckstein gewählt.

Wird der Speckstein immer noch im Wallis abgebaut?

André Mosoni: Die Specksteingewinnung im Wallis ist heute praktisch erloschen. Wegen der komplexen geografischen Verhältnisse im Wallis wäre ein kommerzieller Abbau auch viel zu kostenintensiv. Die beste Qualität stammt aus Italien, Finnland, Norwegen, Indien und Brasilien.

«Die Kunden suchen Sicherheit und Atmosphäre.»

Ist es möglich, ein ganzes Haus mit einem Ihrer Holzöfen zu beheizen?

André Mosoni: Ja, man kann sehr gut mit Speicherholzöfen oder auch mit Pelletöfen beziehungsweise Hybridöfen – also Holz und Pellets – heizen. Einige Modelle sind sogar kanalisierbar oder mit einem Wärmetauscher ausgestattet, der sowohl das Wasser der Heizkörper bzw. der Fussbodenheizung als auch das Warmwasser für den Haushalt erwärmt.

Die grösste Nachfrage besteht jedoch in der Nutzung während der Übergangszeit. Man spürt deutlich, dass viele Menschen eine gewisse Unabhängigkeit für den Fall eines natürlichen oder politischen Ereignisses suchen: Ein Ofen funktioniert auch bei einem längeren Stromausfall infolge von Unwettern – wie man es zum Beispiel 2025 in Zermatt, Bürchen oder Erschmatt erlebt hat. Zusammengefasst sucht unsere Kundschaft Sicherheit und Atmosphäre. Es ist wirklich «Magic»!

Vincent Mosoni: Pellet- oder Holz-Pellet-Hybridöfen sind bedeutende Innovationen. Sie können als Hauptwärmequelle dienen und sogar ferngesteuert eingeschaltet werden. Das ist vor allem bei Zweitresidenzen und Ferienhäusern vorteilhaft: Man fährt z. B. in Zürich los, schaltet die Pelletheizung übers Smartphone ein, und wenn man im Chalet oder Maiensäss ankommt, ist es schon angenehm warm. Und wie erwähnt kann man bei den Hybridöfen mit Holz weiterheizen, wenn ein Stromunterbruch die Pelletzufuhr unterbricht.

Wie verbreitet sind heute noch offene Cheminées?

André Mosoni: Offene Cheminées haben einen katastrophalen Wirkungsgrad, und ihre Nutzung ist heutzutage ein ökologischer und wirtschaftlicher Widerspruch. Stattdessen bieten wir an, sie umzubauen oder zu ersetzen.



Blick in die Ausstellung in Granges. Auch in Visp ist die Firma vertreten. Foto: zVg



Der Hauptsitz in Granges.



Die Holz- und Pelletöfen kommen in den verschiedensten Grössen und Ausführungen. Vincent Mosoni präsentiert eine Spezialität der Firma: Specksteinöfen haben im Wallis eine jahrhundertealte Tradition.

Der Einbau eines Kamineinsatzes mit Sichtscheibe oder eines leistungsfähigen Feuerraums ermöglicht es, einen Wirkungsgrad von rund 80% zu erreichen – im Vergleich zu etwa 10% bei einem offenen Kamin.

Ist der Kunde nicht emotional an den offenen Kamin gebunden, empfehlen wir den vollständigen Rückbau und den Ersatz durch einen modernen Ofen der neuesten Generation.

Vincent Mosoni: Es kommt hinzu, dass die heutigen Holz- und Pelletöfen nicht nur sehr viel effizienter heizen, sondern auch weniger Platz einnehmen. Von Immobilienverkäufern weiss ich, dass Objekte mit Öfen, wie wir sie anbieten, besser verkauft werden können. Ein Holz- oder Pelletofen entspricht eher dem, was man in einer Bergregion und einer von der Natur geprägten Region erwartet. Es ist ein Mehrwert, der im Wallis fast eine Voraussetzung ist.

«Man findet bei uns alles rund ums Feuer.»

Gibt es eine Jahreszeit, in der Sie besonders viele Öfen verkaufen?

André Mosoni: Das Interesse an Öfen besteht im Wallis eigentlich immer. Vergessen wir nicht, dass sich viele Ferienhäuser und Chalets auf kühlen 1500 m ü. M. und höher befinden. Es kommt hinzu, dass schon nur ein paar Tage Regenwetter das Interesse merklich steigern. Trotzdem: Zwei Drittel des Umsatzes generieren wir in der zweiten Jahreshälfte. Um die Kundenfrequenz im Frühling und Anfang Sommer zu erhöhen, haben wir das Angebot schon 2007 um Aussenküchen sowie Grills, Pizzaöfen und Grillzubehör erweitert. So findet man bei uns nun alles rund ums Feuer.

Erschwert die komplizierte Geografie des Wallis die Installation der Öfen?

Vincent Mosoni: Wir verfügen über grosse Erfahrung und wissen, wie und wo man anpacken muss. Ausserdem erleichtern Geräte wie elektrische Treppensteiger unsere Arbeit. Vieles kann vorgängig auch demontiert und vor Ort wieder zusammengesetzt werden. In seltenen Fällen – vielleicht zehnmal im Jahr – benötigen wir die Unterstützung eines Helikopters.

Führen Sie alle Arbeiten bis und mit Rohrleitungen selbst aus?

Ja, wir installieren alles selbst, vom Ofen bis zum Kamin. Wir benötigen keine Unterstützung durch Dritte, mit Ausnahme der Abdichtungsarbeiten, bei denen die Hilfe eines Spenglers erforderlich ist.

In Ihrer Ausstellung gibt es über 180 Holz- und Pelletöfen zu sehen. Ist der Kunde angesichts dieser Vielfalt nicht überfordert?

André Mosoni: Vor 20 oder 25 Jahren konnte man mit drei oder vier Marken die Kundenbedürfnisse befriedigen. Heute hat der Kunde schon dutzende Modelle im Internet studiert, bevor er zu uns kommt – und erwartet, sie in unserer Ausstellung vorzufinden. Aber es gibt auch heute einige herausragende Produkte, mit denen wir 80% des Umsatzes generieren. Die Nischenprodukte sind ebenfalls von Bedeutung; wir verkaufen davon zwar weniger, aber sie bringen uns ins Gespräch.

Vincent Mosoni: Es ist unsere Aufgabe, den Kunden nicht überfordert zurückzulassen. Wir bieten durch unsere Beratung die nötige Orientierung, damit er sich nicht in der Vielfalt verliert.

Direkt neben Ihnen hat sich die Konkurrenz niedergelassen. Ein Vorteil oder ein Nachteil?

André Mosoni: Eine ähnliche Situation gab es schon vor ca. 40 Jahren, als sich ein Anbieter von Küchen vis-à-vis von uns niedergelassen hat. Anfänglich hat es uns gestört, da wir dieses Angebot auch im Programm hatten. Dann realisierten wir, dass wir ab diesem Zeitpunkt mehr Küchen verkaufen konnten als je zuvor. Ich glaube, dass der Wettbewerb Vorteile mit sich bringt – solange er gesund ist. Die jetzt hier mit uns ansässigen Akteure bilden eine Art «Strasse der Öfen» im Zentralwallis.

Woher stammt Ihre Kundschaft hauptsächlich?

Vincent Mosoni: Haupteinzugsgebiet ist das Wallis, wenn es um die Installation von Öfen geht. Als Grossist sind wir in der ganzen Romandie vertreten. Natürlich kommt es auch vor, dass wir z. B. in der Deutschschweiz tätig sind. Das ist besonders dann der Fall, wenn wir in einem Walliser Ferienhaus einen Ofen installiert haben und der Kunde dann auch sein Zuhause mit einer ähnlichen Installation aufwerten will.

Was erhoffen Sie sich vom WIR-System?

André Mosoni: Wir sind seit etwa zehn Jahren WIR-Partner, glauben fest an die Idee der gegenseitigen Solidarität und versuchen, so lokal wie möglich zu agieren und mit jenen zusammenzuarbeiten, die uns Arbeit geben.

Wie gedenken Sie, das Jubiläum zu feiern?

Dieses Jubiläum ist dank der Innovationskraft und dem Durchhaltewillen mehrerer Generationen während der letzten 100 Jahre möglich geworden. Unser Dank gilt aber auch allen Mitarbeitenden, den Kunden und den Lieferanten. Ohne ihre Treue wären wir nie so weit gekommen.

Geplant sind verschiedene Aktivitäten das ganze Jahr über. Am 27. und 28. März 2026 laden wir beispielsweise zu einem Tag der offenen Tür ein, und am 23. April erwarten wir die WIR-Partner zu einer Soirée. An der Foire du Valais vom 2.–11. Oktober planen wir einige Überraschungen. Dazu sind schon jetzt alle herzlich eingeladen!

● Interview: Daniel Flury

WIRmarket.ch > Magie du Feu

Instagram:



Vincent und Vater André Mosoni mit seiner minutiös aufgearbeiteten Firmengeschichte.



Die Familie Mosoni (v.l.n.r.): Pierre, Frédéric, Constance, Paul-Etienne, Vincent und André Mosoni. Seine Ehefrau Anny Mosoni-Théoduloz verstarb 2005.

Foto: zvg

1284 Meter über dem Alltag

Hotel Weissenstein



Das Hotel Weissenstein von der Nordseite: ganz links die Panoramahalle, ganz rechts die Endstation der Gondelbahn ab Oberdorf.

Sie suchen einen Ort für Tagungen, Events oder um sich einfach nur zu erholen? Dann steigen Sie in Oberdorf in die Gondelbahn und besuchen Sie das Hotel Weissenstein! Das Viersternehaus thront über Solothurn und dem Mittelland und lässt den Alltag sofort vergessen.



Foto: zVg

Die Stadt Solothurn hat viel zu bieten. Die «schönste Barockstadt der Schweiz» und einstige Ambassadorsstadt lockt jedoch nicht nur mit Aare, Altstadt, Kathedrale, Museen, Muttitürmen und wehrhaften Schanzen, sondern auch mit ihrem Hausberg, dem bis zu 1395 m ü.M. liegenden Weissenstein. Rund 100 m tiefer gelegen ist das

Viersternehaus Hotel Weissenstein. Trotzdem darf es als Krone des Hausbergs gelten, denn nicht nur ist es bis weit ins Mittelland hinaus sichtbar, vom Hotel aus bietet sich auch die beste Aussicht auf praktisch die gesamte Alpenkette, mit ihrem Herzstück Eiger, Mönch und Jungfrau direkt vor der Nase.

Das denkmalgeschützte Gebäude liegt inmitten einer Landschaft von nationaler Bedeutung und in der Juraschutzzone. «Nicht nur deshalb wird uns genau auf die Finger geschaut», scherzt Hoteldirektor Raphael Hobi. Praktisch jede Solothurnerin und jeden Solothurner verbindet eine Erinnerung mit «ihrem» Hausberg. Was hier geschieht, berührt alle. Das jüngste Kapitel in der bewegten Geschichte des einstigen Kurhauses wurde 2019 aufgeschlagen. Ein Besitzerwechsel führte zu einer umfassenden Renovation der Liegenschaft und zu einer Erweiterung durch die Panoramahalle: ein moderner, 520 m² grosser und unterteilbarer Eventsaal. «Die Kombination von atemberaubender Weitsicht, Restaurant, Viersternehotel mit 50 Zimmern und Panoramahalle ist einmalig in der Schweiz», so Hobi und seine Vizedirektorin Rabea Gasche übereinstimmend. Als Leiterin Sales& Events gehört es zu Gasches Aufgaben, das Hotel Weissenstein bei KMU, Organisationen und Privaten über die Region hinaus bekannt zu machen.

Das Hotel Weissenstein hat seine Wurzeln im Kurhaus Weissenstein, wo sich die Städter vor 200 Jahren bei Milch- und Molkekuren und Molkebädern erholen konnten. Ein Wellness- oder Spa-Angebot findet sich heute nicht mehr. Ein bewusster Entscheid?

Raphael Hobi: Ja. Beim Umbau vor acht Jahren wollte man den Fokus ursprünglich zwar auf Wellness legen, aber der Wasserbedarf der Landwirtschaft auf dem Weissenstein sprach dagegen. Da man keine halben Sachen anstrebte und die Konkurrenz im Spa- und Wellnessbereich gross ist, verzichtete man auch auf Verlegenheitslösungen wie Saunas oder Hotpots. Einem Wellnessangebot am nächsten kommt unsere 50 m² grosse Weissensteinsuite mit Alpensicht. Sie erstreckt sich über den gesamten dritten Stock des historischen Ostflügels und verfügt über eine erhöhte, frei stehende Badewanne und eine Erlebnisdusche.

Aber ich gehe mit unseren Gästen einig, für die das überwältigende und einmalige Naturerlebnis auf dem Weissenstein mehr zählt als ein austauschbarer Spa. Es gilt auch zu bedenken, dass wir uns in der Juraschutzzone befinden und das Gebäude denkmalgeschützt ist. Veränderungen oder Anbauten – zur Diskussion standen etwa ein Fitness- oder ein Veloraum – stellen praktisch unüberwindbare Hürden dar.

Trotzdem gelang es 2019, die Bewilligung für den Abriss eines Gebäudeteils und den Neubau der modernen Panoramahalle zu erhalten...



Die Panoramahalle bietet sich für Events von mehreren Hundert Personen an. Für kleinere Anlässe – privat oder geschäftlich – kann sie unterteilt werden.

Foto: zVg



Direktor Raphael Hobi und Vizedirektorin Rabea Gasche vor der Panoramahalle. Ob Familienfest oder Tagungen: Das Hotel Weissenstein unterstützt bei der Planung eines Events.

Foto: Frutig

Rabea Gasche: Um Anbauten am östlichen Teil der Liegenschaft wurde viel gerungen. Allein im 19. Jahrhundert wurden Erweiterungen dreimal abgerissen und neu gebaut. Auch die Lösung von 1951 vermochte nicht zu befriedigen. Der Bau der Panoramahalle 2018/2019 war mit einigen Auflagen verbunden, etwa bezüglich Beschaffenheit des Fensterglases und Storen, damit die Zugvögel

auf ihrer Flugbahn nicht beeinträchtigt werden. Zum Schutz der Fledermäuse wurde auch dem Licht der drei Hellsten der Blauanteil entzogen.

Die drei Hellsten ...?

Mit den drei Hellsten sind scherzhaft die drei hellsten Solothurner gemeint: drei Scheinwerfer auf dem Dach des Hotels. Sie wurden 1909 installiert und sind in der Nacht nicht nur das Wahrzeichen des Hotels und des Weissensteins, sondern ein Stück Identität für die ganze Region. Wer sie als Solothurnerin oder Solothurner von Weitem sieht, weiss, jetzt bin ich zu Hause, jetzt bin ich angekommen.

Wie wichtig ist die Panoramahalle für das Hotel?

Raphael Hobi: In Kombination mit dem Hotel und dem Restaurant macht sie die Einzigartigkeit unserer Location aus. Man findet dieses Angebot in der Schweiz wohl kein zweites Mal. Die Kapazität des Hauses, das wunderschöne Haus mit seiner 200-jährigen Geschichte, die tolle Lage und die spannende Klientel waren für mich entscheidend, vor zwei Jahren die Position des Hoteldirektors zu übernehmen.

Welche Klientel sprechen Sie hauptsächlich an?

Der Weissenstein ist der Hausberg der Solothurner und ohne Übertreibung eine Art Heiligtum der Einheimischen.

Wer Zeit hat, entflieht dem Alltag oder dem Nebel am Jurasüdfuss, verbringt ein paar Stunden auf dem Berg und isst in unserem A-la-carte-Restaurant zu Mittag. Die Gäste kommen natürlich nicht nur aus Solothurn und Umgebung. Der ganze Espace Mittelland ist unser Einzugsgebiet. Dementsprechend kommen 90% der Ausflügler, Wanderer und Velofahrer, die bei uns einkehren, aus der Schweiz.

Wer länger bei uns verweilen und die Gegend mit ihren Wanderwegen erkunden möchte, kann in einem unserer 50 Hotelzimmer – 42 Doppelzimmer, zwei Einzelzimmer und sechs Suiten – übernachten. Das Hotel verfügt über vier Sterne und bietet modernsten Komfort. Jedes Zimmer hat einen anderen Grundriss und entsprechend angefertigte Möblierung. Einige Superior Doppelzimmer mit Alpensicht sollen an die Anfänge des Hotels erinnern: Sie verfügen z. B. über Nachttische mit Marmorabdeckung und WC-Spülung via Handzugkette.

Rabea Gasche: Ein weiteres Herzstück ist die lichtdurchflutete, 520 m² grosse Panoramahalle, die mehrere Hundert Personen fassen kann. Sie ist unterteilbar und dadurch sehr vielseitig nutzbar. Dank modernster Technik und Infrastruktur ist sie ideal für Seminare und Tagungen, Konferenzen von KMU oder Organisationen. Auch Private können sie nutzen, etwa für Hochzeiten, Taufen, Geburtstage oder andere Festivitäten. Auch Trauerfeiern wurden hier schon abgehalten. Eine ökumenische Kapelle befindet sich direkt unterhalb des Hotels. Zudem kann die Sonnenterrasse miteinbezogen werden. So wurden hier schon Armbrustschüssen und Autopräsentationen durchgeführt.



Küchenchef Marcus Seidel.

Foto: Foto Frutig



Ob Restaurant, Panoramahalle oder Hotelzimmer: Der Weitblick auf die Alpen gehört dazu.

Foto: zVg

Vom Kurhaus zum 4-Sterne-Hotel mit Panoramahalle

Das Hotel Weissenstein blickt 2028 auf 200 Jahre Geschichte zurück. Auf Initiative des Solothurner Arztes Johann Kottmann als Kur- und Gasthaus erbaut, fanden seit 1828 Patienten mit Hautausschlägen oder Entzündungen auf 1300 m ü. M. Linderung. Zur Anwendung kamen Milchkuren und Molkebäder, eine Therapieform, die damals bereits im Appenzellerland sehr beliebt war. Auch der Stallluft wurden Heilkräfte zugeschrieben. Sie wurde durch Luken direkt in die über den Kuhställen gelegenen Zimmer von brustkranken Personen geführt. Es darf gehofft werden, dass auch die reine Bergluft zur Genesung der Patienten beitrug... Die Popularität der Kuren selbst bei ausländischen Gästen führte zu etlichen Erweiterungs- und Umbauten. Mitte des 20. Jahrhunderts kamen diese Anwendungen jedoch ausser Mode.

Die Bürgergemeinde Solothurn setzte als Besitzerin nun alles auf die Karte Gasthaus und baute die Liegenschaft entsprechend um. Die 1951 gebaute Sesselbahn – 2010 ausser Betrieb genommen und 2014 durch eine Gondelbahn ersetzt – erleichterte den Zugang zum Weissenstein und sorgte für höhere Besucherzahlen. Dennoch wurde das Gasthaus für die Bürgergemeinde nicht mehr tragbar.

Eine Aktiengesellschaft lokaler Investoren sprang ein, dann eine Bank und schliesslich übernahm ein Schweizer Unternehmer. Dieser investierte zwischen 2017 und 2019 rund 30 Mio. CHF in Renovation und Umbau der Gebäude und in den Neubau der Panoramahalle für Seminare, Tagungen und andere Anlässe.



Wer kennt alle Alpengipfel?

Foto: Foto Frutig



Die Mehrzahl der Zimmer, die Rabea Gasche Weissenstein-Gästen anbieten kann, sind Doppelzimmer.

Fotos: Foto Frutig und zVg

Ausser im Winter und an Sonn- oder hohen Feiertagen ist das Hotel Weissenstein von Solothurn und Gännsbrunnen aus mit dem Auto erreichbar. Welche Bedeutung hat die Gondelbahn für Ihren Betrieb?

Sie ist essenziell. Die Passstrasse ist aufgrund ihrer Steigung von bis zu 22° auf der Südseite auch ausserhalb der Sperrzeiten nicht jedermanns Sache. Deshalb sind wir froh um die Gondelbahn, die eine hohe Kapazität aufweist und auch nachhaltiger als Privatautos oder Cars ist.

Wie wichtig ist Nachhaltigkeit für Sie und Ihre Gäste?

Raphael Hobi: Nachhaltigkeit gewinnt mehr und mehr an Bedeutung. So verfügen wir über eine Holzschnitzelheizung und eine Photovoltaikanlage. In der Küche setzt Küchenchef Marcus Seidel auf Regionalität und Saisonalität. Gerade für KMU und Organisationen ist Nachhaltigkeit ein wichtiger Aspekt, der in ihren Werten und Vorgaben festgehalten ist und entscheidend bei der Auswahl eines Tagungsorts sein kann. Unsere Zertifizierungen und Partnerschaften – ibex fairstay, Swisustainable und Responsible Hotels of Switzerland – sind zum Teil auch Voraussetzung dafür, dass wir in Programmen oder auf Plattformen berücksichtigt werden.

Aufgrund unserer Lage inmitten der Natur ist nachhaltiges Verhalten für uns selbstverständlich. Wir leben hier z. B. zusammen mit Rehen, Gämsen, Luchsen, Dachsen, Hasen, Hermelinen und Siebenschläfern. Auch ein Murmeltier soll schon gesichtet worden sein – die nächstgelegene Kolonie lebt allerdings auf dem Chasseral. Auf der Südseite des Hotels befindet sich seit 1957 der unter Schutz stehende, 1400 m² grosse Juragarten mit rund 150 Pflanzenarten, die im Solothurner Jura heimisch sind.

Rabea Gasche: Nachhaltigkeit hat auch eine soziale Komponente. Wir haben sechs Lernende, die wir in ebenso vielen Berufen ausbilden. Mit ihnen zusammen legen wir gegenwärtig einen Kräutergarten an. Die geplante Produktion von eigenem Honig hat eine andere Wendung genommen: Wir haben eine Nisthilfe für Wildtiere eingerichtet, die von der Organisation FreeTheBees wissenschaftlich begleitet wird.

Wie viele Personen beschäftigen Sie, und wie macht sich der Fachkräftemangel bemerkbar?

Raphael Hobi: Im Winter beschäftigen wir 35 Mitarbeitende, im Sommer etwas mehr. Auch wenn sich die Situation nach Corona etwas entspannt hat, ist es für ein Viersternehaus nicht einfach, Fachkräfte zu finden. Wir qualifizieren deshalb unsere Mitarbeitenden teilweise selbst, wenn die richtige Einstellung, der Elan und die Freundlichkeit gegeben sind. Für Mitarbeitende mit Potenzial finanzieren wir auch Ausbildungen, und wir verfolgen ein anspornendes Karriereprogramm, das uns erlauben soll, Kaderstellen intern zu besetzen.

**Sie sind auf dem Weissenstein nicht allein:
Essen und übernachten kann man auch in den
Berggasthöfen Sennhaus und Hinterweissenstein.
Wie unterscheiden sich die Angebote?**

Wir wollen nicht mit den Berggasthöfen in Konkurrenz treten. Gästen, die sich länger bei uns aufhalten, empfehlen wir sogar, auf ihren Wanderungen die Berggasthöfe zu berücksichtigen. Der Gasthof Sennhaus liegt direkt hinter unserem Hotel und bietet wie der Hinterweissenstein eine einfache Küche an. Der Gasthof Hinterweissenstein – etwa 30 Fussminuten von uns entfernt – verfügt zusätzlich über drei Zimmer und ein Matratzenlager. Unser kulinarisches Angebot mit Preisen zwischen 28 und 32 CHF ist hochwertig regional, beinhaltet aber ebenfalls Währschafetes für hungrige Wanderer oder Velofahrer – etwa Fischknusperli oder Hackbraten mit Spätzli.

**Ergeben sich aus der Lage auf 1300 m ü. M.
besondere Herausforderungen?**

Es ist nicht immer einfach, Wetterkapriolen und Personalplanung in Übereinstimmung zu bringen. Vor allem im Herbst, wenn das Mittelland von einer Nebeldecke zuge-

deckt sein kann, strömen die Menschen plötzlich zu Hunderten bzw. Tausenden auf den Weissenstein. Am 28. Dezember beispielsweise waren es 3000 Sonnenhungrige. Das sprengt dann unsere Kapazitäten bezüglich Platzangebot und Verfügbarkeit von Personal.

Kennen Sie eine Hauptsaison?

Rabea Gasche: Wir sind ganzjährig geöffnet. Eher schwach sind der Jahresanfang und der Frühling, wenn unten alles schon spriesst und die Vegetation auf dem Berg sich noch etwas zurückhält. Ab Mai beginnt für uns die Hochsaison mit Seminaren, Hochzeiten und sportlichen Aktivitäten wie Klettern, Radfahren, Gleitschirmfliegen und natürlich Wandern. Der Weissenstein liegt auf dem Jurahöhenweg Nr. 5, etwa auf halbem Weg zwischen Balsthal und Frinwillier bei Biel. Auf dem Weg Richtung Grenchenberg sollte auch dem Planetenweg Beachtung geschenkt werden. Er beginnt hinter dem Hotel mit der Sonne und den Planeten Merkur und Venus. Jeder gewanderte Kilometer entspricht einer Milliarde Kilometer im Sonnensystem. Ein Highlight ist immer auch der Weissenstein-Schwinget, der dieses Jahr



Raphael Hobi in der Weissenstein-Suite, mit 52 m² das grösste der 50 Zimmer im Viersternehotel.

Foto: Foto Frutig

am 11. Juli zum 75. Mal und damit als Jubiläums-Schwinget stattfindet.

Das Hotel Weissenstein gehört zur Swiss Hospitality Collection SHC. Was sind die Vorteile dieser Mitgliedschaft?

Die SHC ist ein Zusammenschluss von Hotels in Privatbesitz und erlaubt den Mitgliedern, Dienstleistungen vor allem in den Bereichen Sales und Marketing einzukaufen. Dank dem umfassenden Netzwerk und Know-how der SHC erhalten wir Zugang zu Plattformen, Reiseveranstaltern und Anbietern von Gruppenreisen und somit eine grössere Reichweite und erhöhen die Quote von Direktbuchungen.

Zielt Ihre Mitgliedschaft im WIR-System in die gleiche Richtung?

Raphael Hobi: Ja, wir steigern dadurch unsere Attraktivität für KMU und erweitern die potenzielle Kundschaft. Für Firmenanlässe und Seminare sind wir prädestiniert: ein geschichtsträchtiges Hauptgebäude mit Restaurant und Hotel, dazu die Panoramahalle, ausgestattet mit modernster Technik, mit einzigartiger Weitsicht auf das Mittelland und die Alpen. Rabea Gasche und ihr Team planen zusammen mit KMU – und natürlich auch mit Privaten – massgeschneiderte Events, die in Erinnerung bleiben.

● Interview: Daniel Flury

WIRmarket.ch > Hotel Weissenstein



Die Schlitten warten in der Gondelstation auf bessere (Schnee-)Zeiten.

Foto: Foto Frutig

Das Hotel Weissenstein auf einen Blick

Das Hotel Weissenstein ist ausser im Winter und an Sonntagen über eine Passstrasse per Auto erreichbar. Die Gondelbahn von Oberdorf auf den Weissenstein ist von 8.30 bis 16.30 Uhr in Betrieb. Die Talstation in Oberdorf ist per Auto, Bus und ab Juni 2026 – nach Abschluss der Sanierung des Weissensteintunnels – auch wieder per Bahn erreichbar.

Das Viersternehaus Hotel Weissenstein verfügt über ein A-la-carte-Restaurant, insgesamt 50 Zimmer – 42 Doppelzimmer, zwei Einzelzimmer und sechs Suiten – sowie eine Panoramahalle, die mehrere Hundert Personen für jede Art von privaten oder geschäftlichen Anlässen fassen kann. Insgesamt stehen Räumlichkeiten für bis zu 1300 Gäste zur Verfügung, für Direktor Raphael Hobi liegt die ideale obere Gruppengrösse bei 300 bis 400 Personen.

Raphael Hobi ist gelernter Koch und hat nach der Hotelfachschule Zürich im Seminarhotel Marina Lachen am Zürichsee die Verantwortung für das Ressort Veranstaltungen übernommen. Seit 2022 ist er für das Hotel Weissenstein tätig, zuerst als Leiter Sales&Events, dann als Vizedirektor und seit Anfang 2024 als Direktor.

Vizedirektorin des Hotels Weissenstein ist Rabea Gasche. Die Betriebswirtschafterin und Absolventin der Höheren Fachschule Tourismus Luzern fand ihre erste Anstellung in der Abteilung Marketing&Verkauf von Solothurn Tourismus und übernahm Anfang 2024 im Hotel Weissenstein die Leitung von Sales&Events. Seit September desselben Jahrs ist sie auch Vizedirektorin des Hauses.



Die Südseite des Hotels Weissenstein mit Blick auf die Hasenmatt und den Jurasüdfuss.

Foto: zVg

Inserateschlüsse bis November-Ausgabe 2026



Foto: fischerundryser, Basel

Inserateschluss ist grundsätzlich der 10. des Vormonats. Fällt dieses Datum auf einen Feiertag, Samstag oder Sonntag, so verschiebt er sich auf den letzten Werktag VOR dem eigentlichen Abgabetermin. Die nächsten Inserateschlüsse für das WIRinfo fallen somit auf die nebenstehenden Daten.

WIRinfo-Ausgabe

Inserateschluss

Mai 2026

10. April 2026

Juli 2026

10. Juni 2026

September 2026

10. August 2026

November 2026

9. Oktober 2026

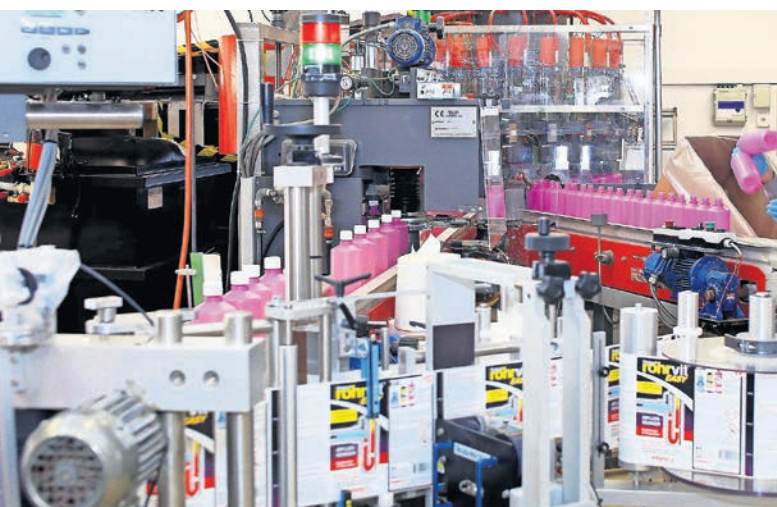


Glanzleistung!

Regula von Huben präsentiert das Sortiment vor Ort.
Foto: Erik Brühlmann



«Wir kümmern uns um jeden Dreck», sagt Regula von Huben-Vetterli augenzwinkernd. Tatsächlich: Ihr KMU vepo bietet ein beachtliches Sortiment an qualitativ hochstehender Marken für die Reinigung an – und besetzt damit seit Jahrzehnten erfolgreich eine Nische im Schweizer Fachhandel.



Abfüllen mit Karussell von rohrvit EASY Abflussreiniger.

Foto: Erik Brühlmann

«Zeigen Sie ein Unternehmen, das möglichst viele jener Vorstellungen abdeckt, die man gemeinhin von der Schweiz hat!» Wer je in seinem Leben eine solche Aufgabe gestellt bekommt, dem oder der verraten wir hier gern eine passende Wahl: vepo Qualitätsprodukte für Sauberkeit und Hygiene im zürcherischen Stallikon! Erstens stellt vepo Reinigungsmittel her – und was ist schweizerischer als Sauberkeit? Zweitens setzt vepo auf Markenqualität. Typisch Schweiz! Und drittens steht das Unternehmen für Tugenden, die Schweizer Firmen gern nachgesagt werden: Bei vepo wird unentwegt an Verbesserungen und Innovationen geforscht, gleichzeitig setzt das Familienunternehmen auf eine geradezu souverän wirkende Unkompliziertheit und Bescheidenheit: Man will nicht mehr versprechen, als die Produkte leisten.

Marktlücke gefunden

Das ist allerdings ein hoher Anspruch. Die Reinigungsprodukte von vepo erfüllen hohe Anforderungen an Wirksamkeit, Material- und Umweltverträglichkeit und sind gleichzeitig anwendungsfreundlich und bezahlbar. Dabei hatten der Gründer und die Gründerin des Unternehmens mit Putzen ursprünglich nicht mehr am Hut als alle anderen. «Mein Vater Kurt war Buchdrucker in der

«NZZ, meine Mutter Anny Damenschneiderin in einem Atelier», sagt Regula von Huben, die das Unternehmen seit 1998 in zweiter Generation leitet. «Meine Eltern suchten den Weg in die Selbständigkeit und überlegten sich: «Wo gibt es noch eine Marktlücke, die wir füllen könnten?» Holz Möbel wurden damals mit weniger schützenden Lackierungen hergestellt, weshalb sie rasch Flecken aufwiesen, die man unbedingt beseitigen wollte. Regula von Huben: «Mein Grossvater mütterlicherseits besass eine Schreinerei und empfahl, für diesen Bedarf eine überzeugende Politur zu entwickeln. Mein Vater tat das in Zusammenarbeit mit einem Chemielabor.» Damals wurde so lange an der Formulierung getüftelt, bis das Produkt marktreif war – so, wie das vepo auch heute noch tut.

Teurer – aus gutem Grund

Als die zuverlässige Rezeptur für die Möbelpolituren gefunden war, ging es darum, für die neuen Produkte Vertriebswege zu erschliessen. «Meiner Mutter Anny Vetterli-Künzli ist der harte Markteinstieg zu verdanken», sagt Regula von Huben. «Sie polierte unter anderem dem Chef des Globus-Warenhauses versuchsweise seinen Schreibtisch, um einen gut sichtbaren Demonstrationsplatz im Eingangsbereich zu ergatteren», erzählt Regula von Huben lachend. Die Grossverteiler boten damals



Abfüllen mit Linien-Abfüllmaschine von rohrvit Gel.

Foto: zVg

noch kaum Reinigungsmittel an. Entweder setzte man auf Hausmittel wie Salzsäure gegen Kalk – oder man besorgte sich ein Produkt in den Drogerien. Doch diese verfügten bereits über ein grosses Sortiment und hatten zunächst keinen Bedarf an Neuentwicklungen. «Dort knüpften dann aber die Geschicke meines Vaters Kurt Vetterli an, der durch Überzeugungskraft und Aufgabe von selbst gedruckten Werbeflyern bei der Post die Nachfrage im Einzugsgebiet der Drogerien gleich selber initiierte», so Regula von Huben. «Weil die Vetterli-Politur besser als alles anderen wirkte, ebnete dies den Weg in die Drogerien.» Und dies, obwohl das Produkt teurer war als das, was die Konkurrenz anbot. «Wir setzten von Anfang an voll auf Qualität und Kundennutzen», sagt Regula von Huben «im Bewusstsein, dass es immer Anwender geben wird, die bereit sind, für Mehrwerte wie Zeitersparnis und überzeugende Resultate einen fairen Preis zu bezahlen.»

Wachsen in der Nische

Durch die Liberalisierung anderer Marken hat sich vepo im Drogerien- und Apotheken-Fachhandel etabliert und stark weiterentwickelt. Inzwischen bietet das Unternehmen 37 verschiedene Reinigungs- und Pflegeprodukte an, ein vielseitiges Sortiment für die Bereiche Bad, Küche und Wohnen. «Wir entwickeln nach Ecolabel-Richtlinien und aus Sicht der Konsumenten effiziente Produkte mit Rücksicht auf die Umwelt», sagt Regula von Huben. «Wir setzen auf hochwertige, gut biologisch abbaubare und materialverträgliche Inhaltsstoffe und wählen eine hohe Dosierung für sparsame Produkte. Zudem produzieren wir CO₂-frei dank eigener PV-Anlage und Luft-Wärmepumpe. 2026 investieren wir in einen Solarspeicher für einen noch höheren Energie-Eigenverbrauch.» Gleich geblieben sind seit der Firmengründung die Vertriebswege via Pharmagrossisten oder direkt an die Drogerien und Apotheken. Die Exklusivität, basierend auf langjährigem Vertrauen und einem kompetenten Kundendienst, wird im Markt sehr geschätzt und unterstützt. Zusatzgeschäfte mit Ausbaupotenzial sind Firmen mit Eigenbedarf, Liegenschaftsunterhaltfirmen, Reinigungsunternehmen und der Onlineshop vepo.ch. «Produkte in den Grossverteilern sind auf das Massengeschäft mit Gewinnmaximierung ausgelegt, was nicht unserer Philosophie entspricht», bekräftigt Regula von Huben. Die EU-Chemikalienverordnung schreibt vor, welche Dosierungen an Inhaltsstoffen für den jeweiligen Absatzkanal möglich sind. «Diese Richtlinien ermöglichen uns einen Vorteil gegenüber den Grossverteilern, unsere Problemlöser im beratenden und geschulten Fachhandel abzusetzen», sagt Regula von Huben.

Viel für WIR getan

Der Betrieb ist mit leistungsfähigen Abfüll-, Etikettier- und Verpackungsmaschinen ausgerüstet, die mit wenig Personal betrieben werden können und höhere Produk-



Etikettieren von rohrvit Gel.

Foto: zVg



Abfüllen von Tuben Krust-ex Glaskeramik-Reiniger.

Foto: zVg

tionskapazitäten zulassen. vepo produziert im firmeneigenen Industriegebäude auf 1000 Quadratmeter Fläche und mietet Aussenlager für Rohstoffe und Verpackungsmaterial. In diesem Gewerbebetrieb sind die Abläufe auf höchste Praktikabilität ausgelegt, um zeitsparend zu produzieren und wettbewerbsfähig zu sein. Ein weiterer Mehrwert ist auch die Beziehung von vepo zu WIR. «Mein Vater hat die Entwicklung von WIR mitgetragen», sagt die Unternehmerin. Kurt Vetterli war Obmann der WIR-Messen in Zürich, 1987 wurde er in den Verwaltungsrat der damaligen WIR Wirtschaftsring-Genossenschaft gewählt, von 1989 bis 1994 war er gar Verwaltungsratspräsident. Wie die gesamte vepo-Philosophie ist auch die Begeisterung für WIR von den Eltern auf die Tochter übergegangen. «Die WIR-Produkte und den Gedanken hinter WIR finde ich schlicht super», sagt Regula von Huben. «Wichtig ist, dass WIR-Händler zu vergleichbaren Preisen anbieten und nicht durch übersetzte Angebote den Ruf des WIR-Handels schädigen.» vepo bietet das ganze Sortiment auf vepo.ch mit 100% WIR an.



Das hauseigene Kraftwerk wird durch einen Batteriespeicher ergänzt.

Foto: zVg

● Marius Leutenegger

WIRmarket.ch > vepo



Das Fertigwarenlager.

Foto: zVg



«Bank wechseln lohnt sich.»

Bankpaket top: Das beste
Konto-/Kartenangebot der Schweiz

Jetzt
wechseln

 moneyland.ch

Banken

Testsieger

Kostenvergleich, 06/2025
Konto und Karte

[wir.ch/paket](https://www.wir.ch/paket)

Starkes Zins- ergebnis, starke VIAC-Ergebnisse

Bank WIR blickt auf ein erfolgreiches Jahr zurück

Die Bank WIR verzeichnet für das Geschäftsjahr 2025 mit 17,7 Millionen Franken eine erneute Gewinnsteigerung. Trotz des weiterhin herausfordernden Umfelds kann im vergangenen Jahr das Bruttozinsergebnis erneut gesteigert werden – und zudem trägt das Fintech VIAC massgeblich zum Erfolg bei. Sowohl bei den Hypothekarkrediten als auch bei den Kundeneinlagen legt die Schweizer Genossenschaftsbank zu.

Mit einem Gewinn von 17,7 Millionen Franken übertrifft die Bank WIR im Geschäftsjahr 2025 den Vorjahreswert um 1,4 Prozent. «Dies ist das Resultat der konsequenten Umsetzung unserer eingeschlagenen Strategie – der Kombination aus Bank- und Fintech-Angebot – und der sehr guten operativen Leistungen», kommentiert CEO Matthias Pfeifer das Ergebnis. Die Bilanzsumme steigt um zwei Prozent auf 6,74 Milliarden Franken.

Mit dem Wachstum bei den Hypothekarkrediten auf über 5 Milliarden Franken (+2,8 Prozent) untermauert die Bank WIR ihre ausgeprägte Stärke als Bau- und Immobilienfinanziererin. «Diese Steigerung beweist unser umsichtiges und qualitativ hochwertiges Wachstum», so CFO Mathias Thurneysen, der in diesem Zusammenhang auch auf die Steigerung der Pfandbriefdarlehen verweist: «Das ist ein Qualitätssiegel für unser Kredit-Portfolio.»



Der Hauptsitz der Bank WIR in Basel.

Foto: Michael Hochreutener

Auch die Kundeneinlagen können um 2,2 Prozent auf über 4,7 Milliarden Franken gesteigert werden. «Die 2024 gestartete Offensive im Privatkundengeschäft trägt Früchte», erklärt Pfeifer. In verschiedenen Vergleichen wurde das «Bankpaket top» (mit Konto/Karte-Kombi) als kostengünstigstes Angebot der Schweiz ausgezeichnet und liess sogar Neobanken hinter sich. Damit positioniert sich die Bank WIR auch als attraktive Hauptbank für den Schweizer Mittelstand – und bleibt gleichzeitig ihrem langjährigen Versprechen treu, für Sparprodukte Top-Konditionen zu bieten («Sparkonto plus» im Jahr 2025 mit 0,75 Prozent Zins).

Daraus resultiert ein Bruttozinsenerfolg von 75,6 Millionen Franken (+2,1 Prozent), der einen neuen Rekordwert in der über 90-jährigen Geschichte der Bank darstellt. «Insbesondere die Positionierung im Privatkundenbereich leistet einen weiteren Beitrag zur Optimierung unserer Bilanzstruktur, was uns – nicht zuletzt mit Blick auf das weiterhin herausfordernde Umfeld, Stichwort: SNB-Zinspolitik – eine erfolgreiche Steuerung des Zinsensaldos ermöglicht», erklärt Thurneysen.

Starke VIAC-Performance – Basis für weiteres Wachstum

Das Wachstum beim Fintech VIAC, das in Zusammenarbeit mit der Bank WIR und deren Vorsorgestiftungen Vorsorge- und Anlagelösungen anbietet, hat sich im vergangenen Jahr nochmals stark beschleunigt. Dies schlägt sich im Bankergebnis unter anderem im Kommissionsertrag aus dem Wertschriften- und Anlagegeschäft nieder: Dieser kann um 40 Prozent auf 12,4 Millionen Franken gesteigert werden. Das Anlagevolumen («Assets under Management») bei VIAC (in der Vorsorgelösung und beim freien Wertschriftensparen VIAC Invest) steigt dank Neugeldzuflüssen und der guten Performance an den Börsen per Ende 2025 auf 6,3 Milliarden Franken.

Nebst der bereits 2017 lancierten und seither regelmässig punkto Kosten und Performance ausgezeichneten Vorsorgelösung von VIAC ist auch das im Dezember 2024 lancierte freie Wertschriftensparen mit VIAC Invest erfolgreich unterwegs. «Die Rückmeldungen unserer Kundschaft sind durchwegs positiv: Die Kombination aus Einfachheit, Zugänglichkeit und vollständiger Kosten-

transparenz überzeugt – und macht VIAC Invest zum idealen Einstieg in die Welt des Investierens», freut sich Rene Ineichen, CEO von VIAC Invest.

Mittlerweile nutzen insgesamt über 147 000 Kundinnen und Kunden die verschiedenen Angebote des Fintechs aktiv. Dieses starke Kundenwachstum bildet die Basis für ein erfolgreiches 2026: Vor diesem Hintergrund geht die Bank WIR davon aus, dass VIAC im Vorsorgebereich auch weiterhin schneller als der Markt wachsen wird.

«Geerdet im Mittelstand, inspiriert von Fintechs und getragen von gelebten Werten – das ist unser Weg», so umschreibt Pfeifer die Weiterentwicklung der Bank WIR. «Die Kombination von Bank WIR und VIAC ergibt in der Summe ein herausragendes Angebot für Bankkundinnen und -kunden in der Schweiz. Wir bieten die Stabilität einer grundsoliden Genossenschaftsbank zu Konditionen einer Neobank.»

Fokus auf operative Erfolge – hohe Kostendisziplin

Mit 6,1 Millionen Franken fällt der Kommissionsertrag aus dem CHW-Verrechnungsgeschäft um 4,8 Prozent höher als im Vorjahr aus – dies aufgrund einer Jubiläumsaktion im Zusammenhang mit der WIR-Währung im Vorjahr. Der Rückgang im Erfolg aus dem Handelsgeschäft ist auf den im vergangenen Jahr abgeschlossenen Abbau des Handelsbestands zurückzuführen. «Mit diesem Schritt wird die Gewinnentwicklung der Bank WIR, wie wir dies bereits angekündigt hatten, berechenbarer», erklärt Thurneysen. «Beweis dafür sind die Ergebnisse der beiden vergangenen Jahre mit klarem Fokus auf das operative Kerngeschäft.»

Die weiterhin hohe Kostendisziplin drückt sich in einem um lediglich 3,5 Prozent gesteigerten Geschäftsaufwand aus. «Wir haben weiter sehr gezielt in die Zukunft investiert», bringt es Pfeifer auf den Punkt. Beispiele dafür sind die erfolgreiche Einführung des neuen Digital Banking und Investitionen in VIAC.

Starke finanzielle Basis – vorsichtig optimistischer Ausblick

Die Bank WIR ist finanziell kerngesund. Mit dem per 1. Januar 2025 erfolgten Beitritt zum Kleinbankenregime profitiert sie von gewissen regulatorischen Erleichterungen. «Ein weiteres Gütesiegel, denn von diesem Schritt können nur besonders liquide und gut kapitalisierte Banken profitieren», erklärt Thurneysen. Bei der wichtigsten Kennzahl, der Leverage Ratio, erfüllt die Bank WIR mit 9,1 Prozent die regulatorische Mindestanforderung von 8,0 Prozent deutlich. Das anrechenbare Eigenkapital per 31. Dezember 2025 beträgt rund 643,9 Millionen Franken (Vorjahr: 627,4 Millionen Franken).

Auf Basis des Geschäftsergebnisses 2025 wird der Generalversammlung eine unveränderte Dividende von 11 Franken vorgeschlagen, was basierend auf dem Jahresschlusskurs des Beteiligungsscheins (482 Franken) einer Rendite von 2,3 Prozent entspricht (steuerfrei bei im Privatvermögen gehaltenen Titeln). Die Dividende kann – wie bereits in den Vorjahren – wahlweise als «Dividende mit Reinvestition» oder als Barausschüttung bezogen werden.

Für das laufende Geschäftsjahr 2026 zeichnet die Bank WIR ein vorsichtig positives Bild in einem weiterhin anspruchsvollen Umfeld. «Die Restrisiken im Zinsengeschäft werden auch zukünftig bestehen, aber wir haben uns – nicht nur dafür – sehr gut aufgestellt und können die Nullzinspolitik erfolgreich antizipieren», so Pfeifer. «Zudem gehen wir davon aus, dass mit VIAC auch für dieses Jahr gesteigerte Kommissionserträge zu erwarten sind.»

● Volker Strohm

Ausgewählte Positionen aus Bilanz und Erfolgsrechnung

Aus der Bilanz	2025 in CHF 1000	2024 in CHF 1000	Veränderung in %
Forderungen gegenüber Kunden	586 909	629 441	-6,8
- davon in CHW	74 959	83 236	-9,9
- davon in CHF	511 949	546 205	-6,3
Hypothekarforderungen	5 079 915	4 943 482	2,8
- davon in CHW	357 967	381 018	-6,0
- davon in CHF	4 721 948	4 562 465	3,5
Handelsgeschäft	37 152	49 455	-24,9
Finanzanlagen	218 284	224 714	-2,9
Verpflichtungen aus Kundeneinlagen	4 746 722	4 645 365	2,2
- davon in CHW	351 997	385 483	-8,7
- davon in CHF	4 394 725	4 259 882	3,2
Anleihen und Pfandbriefdarlehen	1 025 900	995 200	3,1
Eigenkapital (vor Gewinnverwendung)	652 104	635 058	2,7
Bilanzsumme	6 743 481	6 610 827	2,0

Anrechenbare Eigenmittel	2025 in CHF 1000	2024 in CHF 1000	Veränderung in %
Anrechenbare Eigenmittel	643 934	627 444	2,6

Aus der Erfolgsrechnung	2025 in CHF 1000	2024 in CHF 1000	Veränderung in %
Brutto-Erfolg Zinsengeschäft	75 595	74 044	2,1
Erfolg Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft	23 491	19 135	22,8
- davon Kommissionsertrag aus dem Wertschriften- und Anlagegeschäft	12 415	8 854	40,2
Erfolg aus dem Handelsgeschäft	4 826	5 768	-16,3
Übriger ordentlicher Erfolg	1 426	604	135,9
Geschäftsaufwand	-69 816	-67 451	3,5
- davon Personalaufwand	-36 808	-36 829	-0,1
- davon Sachaufwand	-33 008	-30 623	7,8
Wertberichtigungen auf Beteiligungen sowie Abschrei- bungen auf Sachanlagen und immateriellen Werten	-4 508	-3 928	14,8
Geschäftserfolg	29 486	30 635	-3,8
Ausserordentlicher Ertrag	20	8 075	-99,7
Veränderung von Reserven für allgemeine Bankrisiken	-9 600	-16 900	-43,2
Steuern	-2 165	-4 319	-49,9
Gewinn	17 731	17 492	1,4

Sie interessieren sich für das Geschäftsergebnis der Bank WIR im Detail? Sie finden unseren digitalen Geschäftsbericht ab Ende März unter wir.ch/geschaeftsberichte

Der Eigenmietwert wird abgeschafft

Was das für Eigentümerinnen und Eigentümer bedeutet

Die Schweizer Stimmbevölkerung hat am 28. September 2025 einen weitreichenden steuerpolitischen Entscheid gefällt: Der Eigenmietwert wird abgeschafft. Mit der Annahme der Reform der Wohneigentumsbesteuerung wird ein zentrales Element des bisherigen Steuersystems aufgehoben.

Die Auswirkungen dieses historischen Entscheids unterscheiden sich je nach persönlicher Situation und hängen zudem von der kantonalen und kommunalen Umsetzung ab.

Der Zeitpunkt des Inkrafttretens ist derzeit noch offen und wird vom Bundesrat festgelegt. Nach heutigem Stand ist ein Inkrafttreten nicht vor dem 1. Januar 2028 realistisch. Aufgrund des erheblichen Umsetzungsaufwands bei Kantonen und Gemeinden gilt der 1. Januar 2029 als wahrscheinlicher Termin.

Was wird sich ändern?

Künftig wird für selbstgenutzte Liegenschaften – sowohl Erst- als auch Zweitwohnungen – kein Eigenmietwert mehr als Einkommen besteuert.

Gleichzeitig entfallen wesentliche Abzugsmöglichkeiten:

- Unterhalts- und Verwaltungskosten für selbstgenutzte Liegenschaften sind weder auf Bundes- noch auf kantonaler Ebene abzugsfähig.
- Energiespar- und Umweltschutzmassnahmen sind auf Bundesebene nicht mehr abzugsfähig (Kantone können diese Abzüge allenfalls beibehalten).
- Schuldzinsen können nur noch abgezogen werden, wenn vermietete Liegenschaften vorhanden sind.
- Für Zweitwohnungen können Kantone eine Objektsteuer einführen.

Aufhebung der Unterhaltsabzüge bei selbstgenutzten Liegenschaften

Nach Inkrafttreten der neuen Regelung sind Unterhaltskosten bei selbstgenutzten Wohnungen nicht mehr steuerlich abzugsfähig. Dazu zählen die bisher abzugsfähigen werterhaltenden Aufwendungen wie Ausgaben für laufende Reparaturen und Instandhaltungen (z. B. Ersatz defekter fest eingebauter Geräte, Malerarbeiten oder Ersatz von Bodenbelägen), Versicherungsprämien sowie Verwaltungskosten.

Für Eigentümerinnen und Eigentümer älterer oder renovierungsbedürftiger Immobilien ist die Abschaffung tendenziell nachteilig. Es kann daher sinnvoll sein, grössere Renovationen noch vor Inkrafttreten der neuen Regelung vorzunehmen. Entsprechende Projekte sollten rechtzeitig geprüft und geplant werden.

Für die Grundstückgewinnsteuer bleibt die Unterscheidung zwischen werterhaltenden und wertvermehrenden Aufwendungen weiterhin bestehen. Wertvermehrende Aufwendungen erhöhen weiterhin die Anlagekosten und reduzieren damit einen späteren Grundstücksgewinn. Belege sollten daher (wie bisher) sorgfältig aufbewahrt werden. Für vermietete oder verpachtete Liegenschaften im Privatvermögen bleiben wie bisher Unterhaltskosten abzugsfähig, wertvermehrende Aufwendungen auch wie bisher hingegen nicht.

Künftig entfällt auf Bundesebene der Abzug für Investitionen in Energiespar- und Umweltschutzmassnahmen sowohl bei selbstgenutzten als auch bei vermieteten Liegenschaften.

Die Kantone können solche Abzüge weiterhin zulassen – allerdings längstens bis zum Jahr 2050.

Schuldzinsenabzug: Paradigmenwechsel mit Nebenwirkungen

Besonders einschneidend kann die Neuregelung beim Schuldzinsenabzug sein. Bisher konnten private Schuldzinsen bis zur Höhe der steuerbaren Vermögenserträge (z. B. Zinsen aus Guthaben, Dividenden, Einkünfte aus Vermietung und Verpachtung) zuzüglich 50 000 CHF abgezogen werden.

Neu gilt die sogenannte quotal-restriktive Methode: Schuldzinsen sind nur noch im Verhältnis des Vermögensanteils an nicht selbstgenutzten Liegenschaften zum Gesamtvermögen abzugsfähig. Wer ausschliesslich selbstgenutztes Wohneigentum besitzt – oder gar keine Liegenschaften –, kann künftig keinen Schuldzinsenabzug mehr geltend machen.

Diese Regelung betrifft somit nicht nur Wohneigentümerinnen und Wohneigentümer, sondern auch Steuerpflichtige mit Konsum- oder Lombardkrediten, Aktionärsdarlehen oder anderen privaten Schulden ohne Bezug zu vermieteten Immobilien.



Hausbesitzern bleiben noch knapp zwei, im besten Fall knapp drei Jahre Zeit, um werterhaltende Aufwendungen – etwa der Ersatz einer in die Jahre gekommenen Küche – von den Steuern abziehen zu können. Nach Inkrafttreten der Eigenmietwertabschaffung ist dies nicht mehr möglich.

Foto: Getty Images

Beispiel: Selbstgenutzte Liegenschaft**Ausgangslage**

Das Ehepaar Müller wohnt in einer Liegenschaft, die älter als zehn Jahre ist und einen Wert von 1,2 Mio. CHF aufweist. Die Hypothek beläuft sich auf 900 000 CHF bei einem Schuldzins von 2% (Zahlen teilweise gerundet).

	Vor Systemwechsel	Nach Systemwechsel
Steuerbares Vermögen	400 000	400 000
Erwerbseinkommen	145 000	145 000
Eigenmietwert	25 000	0
Liegenschaftsunterhalt (20%)	- 5 000	0
Schuldzinsen	- 18 000	0
Übrige Abzüge / Sozialabzüge	- 20 000	- 20 000
Steuerbares Einkommen	CHF 127 000	CHF 125 000

Ausgangslage

Das Ehepaar Müller wohnt in einer Liegenschaft, die älter als zehn Jahre ist und einen Wert von 1,2 Mio. CHF aufweist. Die Hypothek beläuft sich auf 900 000 CHF bei einem Schuldzins von 2%; zusätzlich fallen weitere Schuldzinsen in Höhe von 4000 CHF an (Zahlen teilweise gerundet).

	Vor Systemwechsel	Nach Systemwechsel
Steuerbares Vermögen	350 000	350 000
Erwerbseinkommen	145 000	145 000
Eigenmietwert	25 000	0
Liegenschaftsunterhalt (20%)	- 5 000	0
Schuldzinsen	- 22 000	0
Übrige Abzüge / Sozialabzüge	- 20 000	- 20 000
Steuerbares Einkommen	CHF 123 000	CHF 125 000

Beispiel mit Renditeliegenschaft (quotal-restriktive Methode)

Ausgangslage

Das Ehepaar Müller lebt in einer Liegenschaft mit einem Wert von 1,2 Mio. CHF. Zusätzlich besitzt es eine vermietete Liegenschaft mit einem Wert von 1 Mio. CHF. Die jährlichen Mietzinseinnahmen betragen 30 000 CHF. Das Erwerbseinkommen liegt bei 145 000 CHF. Das Gesamtvermögen (ohne Schulden) beträgt 2,4 Mio. CHF. Die Hypothek für die selbstgenutzte Liegenschaft beträgt 900 000 CHF bei einem Schuldzins von 2%. Die Hypothek der vermieteten Liegenschaft beläuft sich auf 700 000 CHF bei einem Zinssatz von 2,5% (Zahlen teilweise gerundet).

	Vor Systemwechsel	Nach Systemwechsel
Steuerbares Vermögen	800 000	800 000
Erwerbseinkommen	145 000	145 000
Eigenmietwert	25 000	0
Liegenschaftsunterhalt (20%)	- 5 000	0
Schuldzinsen	- 18 000	0
Mietertrag Wohnung	30 000	30 000
Liegenschaftsunterhalt (20%)	- 6 000	- 6 000
Schuldzinsen	- 17 500	- 14 900
Übrige Abzüge / Sozialabzüge	- 20 000	- 20 000
Steuerbares Einkommen	CHF 133 500	CHF 134 100

Der Schuldzinsenabzug kann hier nur im Umfang von rund 42% der gesamten Hypothekarzinsen geltend gemacht werden (Steuerwert der vermieteten Liegenschaft 1 Mio. CHF / 2,4 Mio. CHF Gesamtvermögen). Dies entspricht einem Schuldzinsenabzug von $(18 000 + 17 500) \times 42\% = 14 910$ CHF.

Eine Ausnahme gilt für Erstkäuferinnen und Erstkäufer einer selbstgenutzten Immobilie: So können im ersten Steuerjahr private Schuldzinsen bis zu 10 000 CHF bei Ehepaaren bzw. 5 000 CHF bei übrigen Steuerpflichtigen abgezogen werden. Der Abzug reduziert sich in den Folgejahren jährlich um 10 Prozent.

Neue Objektsteuern für Zweitwohnungen

Als Ausgleich für den Wegfall des Eigenmietwerts erhalten die Kantone neu die Kompetenz, überwiegend selbstgenutzte Zweitliegenschaften einer besonderen Liegenschaftsbesteuerung zu unterwerfen. Dies kann entweder durch einen Zuschlag auf die bestehende Liegenschaftssteuer oder durch eine eigenständige Objektsteuer erfolgen.

Begünstigte und Belastete der Reform

Eigentümerinnen und Eigentümer, die ihre Immobilie bereits vollständig abbezahlt haben und nur geringe Unter-

haltskosten geltend machen, profitieren steuerlich besonders. Durch den Wegfall des Eigenmietwerts sinkt die steuerbare Einkommensbasis, ohne dass wesentliche Abzüge wegfallen, was zu einer spürbaren Steuerentlastung führt.

Für Eigentümerinnen und Eigentümer mit hohen Hypotheken entfällt hingegen ein bisheriger steuerlicher Vorteil, insbesondere abhängig vom jeweiligen Zinsniveau. Die neue Schuldzinsenregelung trifft vor allem Haushalte, die ihre Liegenschaft mit einer (hohen) Hypothek erworben haben, und kann zu einer höheren Steuerbelastung führen.

Energetische Sanierungen, wie der Ersatz von Heizsystemen oder die Installation von Photovoltaikanlagen, verlieren auf Bundesebene an steuerlicher Attraktivität. Ob die Kantone eigene Förderungen oder Abzugsmöglichkeiten beibehalten oder neu einführen, ist derzeit offen und dürfte regional unterschiedlich ausfallen.

Über die Autorin



Die Juristin und dipl. Steuerexpertin Isabelle Wirth ist Leiterin der Abteilung Steuern und Recht von BDO in Basel. Sie ist Mitglied der Steuerrekurskommission Basel-Stadt, der Kommission Steuern und Finanzen der Handelskammer beider Basel sowie Vorstandsmitglied von Expert Suisse, Sektion Basel.

Zu den Tätigkeiten von Isabelle Wirth gehören unter anderem die Betreuung und Beratung von juristischen sowie natürlichen Personen im nationalen und internationalen Umfeld hinsichtlich sämtlicher Steuerarten (insbesondere betreffend Gewinn- und Kapitalsteuern, Einkommens- und Vermögenssteuern, Stempelabgaben und Verrechnungssteuer sowie Grundstückgewinn- und Handänderungssteuern); die Ausarbeitung und Prüfung von komplexen Steuererklärungen für juristische und natürliche Personen; das Verfassen und Prüfen von Steuerrulings, Gutachten und Stellungnahmen zu Steuerfragen sowie das Verfassen von Steuerbefreiungsgesuchen (Doktorat in diesem Bereich) und Verhandlungen mit den Schweizer Steuerbehörden.

Was ist jetzt zu beachten?

Der Systemwechsel bei der Wohneigentumsbesteuerung erfordert eine Überprüfung der individuellen Situation. Insbesondere sollten folgende Punkte geprüft werden:

- **Hypotheken überprüfen:** Möglicherweise lohnt sich eine Anpassung der Finanzierung.
- **Notwendige Renovationen prüfen:** Es ist sinnvoll, anstehende Renovationsarbeiten noch vor Inkrafttreten der neuen Regelung vorzunehmen.
- **Investitionsentscheide neu bewerten:** Zu prüfen ist, ob sich energetische Sanierungen unter den neuen steuerlichen Rahmenbedingungen weiterhin rechnen.
- **Individuelle Steuerberatung in Anspruch nehmen (steuerliche Optimierung):** Es sollte geprüft werden, ob es sinnvoll ist, Renditeliegenschaften in eine Kapitalgesellschaft einzubringen oder dem Geschäftsvermögen zuzuweisen, um weiterhin vom vollen Schuldzinsenabzug profitieren zu können.

● Isabelle Wirth

Die Bank WIR an der Gastia und am Hospitality Summit

Die Bank WIR wird auch dieses Jahr wieder an zwei Anlässen der Gastro- und Beherbergungsbranche vertreten sein: von 22. bis 24. März 2026 an der Gastia in St. Gallen und von 3. bis 4. Juni am Hospitality Summit, der neu nicht mehr in Zürich, sondern in der Festhalle Bern stattfindet. Mit diesem Standortwechsel will HotellerieSuisse näher an die Westschweiz heranrücken.



An der Gastia in St. Gallen werden gegen 10000 Besucher erwartet.



Fotos: zVg

Die Präsenz in der Beherbergungsbranche hat für die Bank WIR Tradition. Als einziges Finanzinstitut in der Schweiz unterhält sie eine eigene Fachstelle für Hotellerie und Gastronomie. Während am Beherbergungskongress in Bern Branchenvertreter aus der ganzen Schweiz vor Ort sein werden, ist die Gastia – ein Format der Olma Messen – mit rund 160 Ausstellern eine Fachmesse, die auf die Region Ostschweiz und Graubünden zielt. Dementsprechend werden die Filialen St. Gallen und Chur den Stand der Bank WIR betreuen. «Ich freue mich be-

reits auf viele interessante Gespräche mit bestehenden und potenziellen neuen Kunden», so Filialleiter Roman Hengartner. Die Erfahrung der letzten Jahre zeige, dass die Produktpalette der Bank WIR auf grosses Interesse stosse.

● Daniel Flury

gastia.ch

Säule 3a

Nachzahlungen erstmalig möglich

Egal, ob Sie über die Kontolösung Terzo der Bank WIR vorsorgen – der aktuelle Zinssatz liegt bei 0,3% – oder über das Wertschriften-sparen von VIAC oder über eine 3a-Lebensversicherung: Erwerbstätige können sich neu nachträglich in die Säule 3a einkaufen, wenn sie nichts oder weniger als den vollen Betrag eingezahlt haben.



Bisher war der 31. Dezember heilig: Wer bis zu diesem Datum seine Säule 3a nicht oder nicht in vollem Umfang bedient hatte, konnte diese Scharte nicht mehr ausweiten. Nach einem Beschluss des Bundesrats vom letzten Jahr sind nun nachträgliche Einkäufe in die Säule 3a für Beitragslücken möglich, die ab 2025 entstehen bzw. entstanden sind. Die Einkäufe sind jeweils bis zu zehn Jahre rückwirkend möglich. Eine Lücke im Jahr 2025 kann also zwischen 2026 und 2035 geschlossen werden.

Folgende Voraussetzungen müssen allerdings erfüllt sein:

- Eine Beitragslücke kann erst geschlossen werden, wenn im laufenden Jahr der maximal mögliche Betrag (für 2026 beläuft er sich – wie im Jahr 2025 auch – auf 7258 CHF) einbezahlt wurde;
- in beiden Jahren muss man ein AHV-pflichtiges Einkommen erzielen bzw. erzielt haben: im Jahr, in dem der Einkauf erfolgt sowie im Lückenjahr;
- wer bereits einen Altersbezug (ab Alter 60) getätigt hat – auch bei einer anderen Stiftung –, ist nicht mehr zum Einkauf berechtigt.

TIPP

Wenn Sie erst in diesem Jahr mit dem Vorsorgesparen über die Säule 3a beginnen, können Sie trotz fehlendem Vorsorgegefäss – 3a-Bankkonto, 3a-Wertschriftenlösung, 3a-Police – für das Jahr 2025 einen nachträglichen Einkauf tätigen.

Staffelung ist nicht erlaubt

Wer die oben genannten Voraussetzungen erfüllt, kann bis zum Alter von 70 Jahren Nachzahlungen tätigen. Zu beachten ist, dass man eine Lücke nicht gestaffelt über zwei oder mehrere Jahre schliessen kann. Ein Beispiel: Wer letztes Jahr anstatt des vollen Betrags von 7258 CHF nur 4000 CHF einbezahlt hat, kann entweder 3258 oder einen niedrigeren Betrag – sagen wir 1258 CHF – einbezahlen. Im zweiten Fall bleibt die Lücke von 2000 CHF aber leider bestehen, sie kann in keinem der Folgejahre mehr gedeckt werden. Mit einer Einzahlung können aber mehrere Lückenjahre – ganz oder teilweise – auf einmal geschlossen werden.

TIPP

Wenn die Lücke im Jahr 2025 Ihre gegenwärtigen finanziellen Möglichkeiten übersteigt, warten Sie besser auf ein Jahr mit mehr Flexibilität, anstatt jetzt nur einen Teil des möglichen Betrags einzuzahlen. Der letzte mögliche Termin ist Ende 2035.

Einschränkung für Selbstständigerwerbende

Unternehmerinnen und Unternehmer ohne Pensionskasse können grundsätzlich bis zu 20% des jährlichen Nettoeinkommens – 2025 und 2026 höchstens aber 36288 CHF – in die Säule 3a einzahlen. Geht es um einen Einkauf, sind sie den unselbständig Erwerbstätigen jedoch gleichgestellt und dürfen sich nur mit dem kleineren Betrag von maximal 7258 CHF einkaufen.

Auswirkung auf Steuern

Im Jahr, in dem ein Einkauf getätigt wird, kann der volle in die Säule 3a einbezahlte Betrag von den Steuern abgezogen werden. Ein Beispiel: Wer im Jahr 2026 für das laufende Jahr 7258 CHF einbezahlt und sich für das Jahr 2025 mit 7258 CHF einkauft, kann insgesamt 14516 CHF von den Steuern abziehen. Für Unternehmerinnen und Unternehmer lautet die entsprechende Rechnung $36288 + 7258 = 43546$ CHF.

TIPP

Dies bedeutet, dass Einkäufe auch zur Steueroptimierung eingesetzt werden können. Wer 2026 zum Beispiel aufgrund von werterhaltenden Investitionen in seine Liegenschaft bereits namhafte Steuerabzüge tätigen kann, profitiert unter Umständen mehr, wenn er eine Vorsorgelücke im Jahr 2025 erst 2027 oder später schliesst.

Lesen Sie zu diesem Thema auch den Beitrag auf viac.ch. Neben einer Zusammenfassung aller wesentlichen Punkte transportiert er Sie auch ins Jahr 2036 und zeigt auf, wie mit Beitragslücken in den Vorjahren umgegangen werden kann.

● Daniel Flury

Hier geht's zur VIAC Academy:



Und hier geht's direkt zum Antrag «Einkauf in die Säule 3a» (Terzo):





«Mein Plus-
Moment – mehr Ruhe,
weniger Bank.»

Dank Sparkonto plus mit **0,70%***

Online
eröffnen

*Garantierter Zins von 0,70% bis 31.12.26.
Gilt für neu zur Bank WIR transferiertes Geld
bei Neueröffnungen bis 14.04.26.

Sparkonto plus

Das Sparkonto mit Top-Konditionen

Das top verzinste Sparkonto plus wird neu aufgelegt. Der Zins von 0,70% gilt bis 31. Dezember 2026, die Kontoeröffnung ist noch bis am 14. April 2026 möglich.

Die Neuauflage des Sparkonto plus garantiert bis zum 31.12.2026 einen Zinssatz von 0,70% bis 250 000 CHF. Dieser vorteilhafte Zins bleibt also von allfälligen weiteren Senkungen des Leitzinses durch die Schweizerische Nationalbank unberührt. **Eröffnungen sind bis zum 14.4.2026, Einzahlungen jederzeit möglich.** Nach dem 31. Dezember 2026 wird das Kontoguthaben ins Treue-Sparkonto der Bank WIR überführt. Dessen Zinssatz bezieht sich auf die dann herrschende Marktsituation.

Das Angebot gilt für Neugeld, also Geld, das sich zuvor noch nicht auf einem Konto der Bank WIR befand. Es lohnt sich folglich zu prüfen, ob Sie bei einem anderen Finanzinstitut Beträge parkiert haben, die niedriger verzinst und ab sofort auf das Sparkonto plus transferiert werden können.

Der Topzins von 0,70% bleibt auch dann bestehen, wenn Rückzüge getätigt werden. Diese sind bis 20 000 CHF pro Kalenderjahr kündigungsfrei. Beim Rückzug von höheren Beträgen beträgt die Kündigungsfrist sechs Monate.

Das Sparkonto plus kennt keine Mindesteinlage, der Zins von 0,70% gilt also ab dem ersten Franken! Und selbstverständlich ist auch das Sparkonto plus durch die übliche Einlagensicherung bis zum Maximalbetrag von 100 000 CHF geschützt.

Sie haben Fragen zum Sparkonto plus? Unser Beratungszentrum ist von Montag bis Freitag von 8 bis 17 Uhr für Sie da: 0800 947 947.

● Daniel Flury

Das Sparkonto plus auf einen Blick

- **Eröffnung möglich bis 14.4.2026**
- Garantierter Zinssatz bis zum 31.12.2026: 0,70% (bis 250 000 CHF), anschliessend Überführung ins Treue-Sparkonto der Bank WIR
- Das Angebot gilt nur für Neugeld
- Keine Mindesteinlage, der Topzins gilt ab dem ersten Franken
- Rückzüge sind bis 20 000 CHF pro Kalenderjahr kündigungsfrei
- Enthalten sind E-Banking und Mobile Banking
- Kontoeröffnung und Kontoführung sind kostenlos
- Abschlüsse und Steuerbescheinigung sind kostenlos

Artgrade your business!

Was Holbein über LinkedIn wusste

Auf Websites, in Geschäftsberichten und in den sozialen Medien begegnen uns täglich Hunderte von Gesichtern. Doch die meisten Bilder erzählen nichts. Sie sind freundlich und austauschbar, obwohl sie Persönlichkeit und Authentizität vermitteln sollten. Ein Blick in die Kunstgeschichte beweist: Porträts sind nie nur Abbilder, sie sind Behauptungen über Identität, Status und Weltverständnis.

Ein wirksames Businessporträt ist mehr als ein schmeichelhaftes Abbild des Äusseren: Es ist ein Bild, das Geschichten erzählt, Emotionen weckt und zugleich informiert. Wer es klug formuliert, gewinnt Vertrauen, Aufmerksamkeit und Autorität – ohne ein einziges Wort zu sagen. Denn es gibt einen Moment, in dem ein Unternehmen ein Gesicht bekommt. Dieser Moment findet heute meistens digital statt, in jener Sekunde, in der jemand über ein Porträt auf der Website, im Geschäftsbericht oder auf LinkedIn scrollt. Das Businessporträt entscheidet, ob Vertrauen oder Gleichgültigkeit entsteht. Und dennoch behandeln viele Unternehmen ihre Porträts wie eine lästige Pflichtübung. Wenn die Geschäftsleitung mit blauem Hemd vor neutralem Hintergrund freundlich lächelt, sieht das Bild aus wie zehntausend andere. Es erzählt nichts und verschenkt damit die teuerste Unternehmenswerbung, die es gibt, nämlich die eigene Glaubwürdigkeit.

Vertrauen hat ein Gesicht

Wer heute ein Brot kauft, eine Fensterreinigung bestellt oder eine Rechtsberatung in Anspruch nimmt, will wissen, mit wem er es zu tun hat. Wer nicht persönlich auf seiner Website oder auf Instagram in seinem Arbeitssetting erscheint, dem traut man nicht. Das eigene Bild – egal ob im Video oder als Businessporträt – ist damit zum zentralen Instrument der Vertrauensbildung geworden. Nicht das Logo, der Claim oder die Hochglanzbro-

schüre, sondern das Gesicht ist das, was wirklich zählt. Es ist die älteste und wirksamste Markenkommunikation, die wir kennen. Das demonstriert die Kunstgeschichte seit Jahrhunderten. Lange bevor es Marketingabteilungen gab, haben Kaufleute, Handwerker, Gelehrte und Herzoginnen verstanden, dass Porträts Macht, Kompetenz und Identität kommunizieren. Drei Gemälde aus dem 16. Jahrhundert demonstrieren dies mit verblüffender Aktualität.

Catharina van Hemessen: Die Erfindung der Selbstmarke

1548 malt Catharina van Hemessen das erste überlieferte Künstlerselbstporträt vor einer Staffelei. Die 20-jährige Künstlerin blickt selbstbewusst aus dem Bild und zeigt sich bei der Arbeit. Das Gemälde ist weniger intime Selbstbefragung als gezielte Werbung: Sie erklärt sich zur professionellen Malerin, durch das Bild selbst sowie durch die Inschrift, die Alter, Autorschaft und Jahr festhält.

Van Hemessen inszeniert sich nicht als Handwerkerin, sondern als gesellschaftlich etablierte Akteurin. In kostbarer Kleidung, mit Palette und Pinseln verbindet sie künstlerische Kompetenz mit sozialem Anspruch. Ihr Kalkül ging auf. Catharina van Hemessen wurde Hofmalerin der Erzherzogin Maria von Ungarn. Ihr Beispiel illustriert früh, was bis heute gilt. Ein Porträt ist keine neutrale Abbildung, sondern eine Behauptung. So ist ihre Botschaft, klar und modern zugleich: «Hier bin ich. Das kann ich.»



Ein frühes Businessporträt lange vor Social Media: Catharina van Hemessen, Selbstbildnis an der Staffelei, 1548, Öl auf Eichenholz, 32 × 25 cm, Kunstmuseum Basel.

Hans Holbein d. J. erzählt von Status und kaufmännischer Kompetenz

1532 porträtierte Hans Holbein d. J. den Danziger Kaufmann Georg Gisze in dessen Londoner Handelskontor. Der 34-Jährige lächelt nicht, sondern scheint sein Gegenüber vielmehr zu prüfen. Er sitzt nicht einfach da, sondern repräsentiert. Holbein schildert keinen Menschen im privaten Umfeld, sondern einen Akteur im Wirtschaftsraum.

Das Bild ist dicht komponiert: ein kostbarer anatolischer Teppich, eine Dosenuhr, eine Waage, ein Behältnis für Schreibgerät aus Zinn, Siegel, Briefe, Bücher, Schlüssel

und vieles mehr. Das alles verweist auf erfolgreichen Handel, Verlässlichkeit und kaufmännische Kompetenz. Auch Giszes Kleidung folgt dieser Logik. Das Barett und der schwarze Überrock, der von den schimmernden roten Seidenärmeln kontrastiert wird, wirken elegant und kostbar. Zwischen seinen Händen scheint der kristallene Knauf seines Schwertes auf. Das Bildnis war vermutlich für seine Heimat bestimmt, um sein gelungenes Geschäftsleben zu belegen. Holbeins Gemälde ist Visitenkarte, Geschäftsbericht und Markenversprechen zugleich. Es symbolisiert: Dieser Mann ist vernetzt, erfolgreich und kultiviert.



Hier inszeniert ein Kaufmann seinen Geschäftssinn:
Hans Holbein d. J., *Der Kaufmann Georg Gisze* (1497–1562), 1532,
Öl auf Eichenholz, 97,5 × 86,2 cm, Staatliche Museen zu Berlin,
Gemäldegalerie.

Schon vor 500 Jahren galt, dass ein Businessporträt nur funktioniert, wenn es mehr zeigt als ein Gesicht. Denn die Umgebung ist nicht Beiwerk, sondern Botschaft. Ein neutraler Hintergrund mag Ordnung symbolisieren, bleibt aber kommunikativ leer. Die Parallele zur Gegenwart liegt nahe. Auch heutige Porträts auf Unternehmenswebsites wirken nur dann überzeugend, wenn Raum, Haltung und Details durchdacht gewählt sind. Und wie bei Holbein gilt auch heute, dass Qualität sichtbar ist. Wer sich darstellen lässt, investiert nicht aus Eitelkeit, sondern weil das Bild für ihn arbeiten soll.

Der Stolz des Handwerkers

Auch der Maler Giovanni Battista Moroni wusste, wie er einen Handwerker geschickt in Szene setzt. Für das Porträt eines wohlhabenden Schneiders nutzt er als Attribute lediglich Stoffschere und Tuch. Der junge Mann schneidet den schwarzen Stoff, die Kreidelinien markieren das Schnittmuster. Sein direkter Blick verleiht dem



Ein Schneider zeigt Haltung und verkauft damit Kompetenz:
Giovanni Battista Moroni, *Der Schneider*, um 1570, Öl auf Leinwand,
99,5 × 77 cm, National Gallery London.

Bild eine ungewöhnliche Intimität und erhebt die handwerkliche Tätigkeit zur würdevollen Profession. Ein kaum sichtbarer Ring mit einem Rubin und der Gürtel mit einer Schlaufe für sein Schwert markieren sozialen Rang.

Die Szene wirkt wie eine Unterbrechung im Arbeitsalltag, als wären wir soeben in die Werkstatt eingetreten. Licht und Komposition lenken den Blick auf Gesicht und Hände, auf Haltung und Können. Moroni gelingt bei seinem berühmtesten Porträt, woran viele heutige Businessporträts scheitern. Sie vermögen es nicht, eine Balance zwischen Würde und Wirklichkeit abzubilden.

Für die Gegenwart lässt sich daraus eine einfache Lehre ziehen. Nicht das freundliche Lächeln überzeugt, sondern eine glaubwürdige Haltung. Nähe entsteht nicht durch Inszenierung, sondern durch Ernsthaftigkeit. Und Kompetenz offenbart sich dort, wo jemand zu dem steht, was er tut.

Der LinkedIn-Einheitslook und seine Kosten

Warum sehen aber dennoch so viele Businessporträts gleich aus? Sie werden nach denselben vermeintlichen Regeln erstellt: blauer oder unscharfer Hintergrund, frontale Pose, leichtes Lächeln, Businesskleidung in Mittelgrau. Das Resultat ist eine Armee von Verwechselbaren. Doch der Einheitslook hat einen Preis, der selten bilanziert wird. Er kostet Wiedererkennbarkeit, Differenzierung, aber vor allem die Chance, im entscheidenden Moment im Gedächtnis zu bleiben, denn in einer Welt, in der täglich hunderte Gesichter über den Bildschirm flimmern, ist Unsichtbarkeit das grösste Risiko.

Was ein Businessporträt leisten sollte

Was also sollte ein professionelles Businessporträt heute leisten? Es dokumentiert nicht nur, sondern inszeniert, indem es Kompetenz in Blick und Körperhaltung übersetzt sowie Werte und Erreichtes in Atmosphäre. Dabei spielen drei Ebenen zusammen: Die formale Ebene bildet mit Licht, Bildausschnitt und Schärfentiefe die handwerkliche Grundlage. Ein gutes Porträt nutzt Licht nicht als Dekoration, sondern zur Betonung von Gesichtern und um Charakterzüge sichtbar zu machen. Auf der psychologischen Ebene entscheidet sich, ob das Bild funktioniert: Körperhaltung, Blick und Ausdruck sind hier die gekonnt zu wählenden Mittel. Ein direkter Blick in die Kamera signalisiert Offenheit und Konfrontationsbereitschaft. Hingegen wirkt ein leicht abgewandter Blick nachdenklich, zurückhaltend und in die Ferne gerichtet sogar visionär. Alles kann richtig sein, sofern es zur Person und ihrer Rolle passt. Was es nun noch braucht, ist eine narrative Ebene: Durch eine stimmige Umgebung und bewusst gewählte Attribute vermittelt das Porträt eine Geschichte. Denn die wichtigste Frage ist nicht «Wie sehe ich aus?», sondern «Was soll dieses Bild über mich erzählen?»

Wie wirksam ist Ihr Businessporträt?

- Wenn jemand Ihr Porträt neben drei ähnlichen Aufnahmen sieht, würde er Ihres wiedererkennen?
- Erzählt das Bild etwas über Ihre Tätigkeit oder könnte es auch das Bild einer Treuhänderin, einer Anwältin oder eines Versicherungsmaklers sein?
- Wirken Sie auf dem Foto so, wie Sie im Gespräch mit Ihren Kundinnen und Kunden oder bei einem wichtigen Geschäftstermin wirken wollen?
- Öffnen Sie die Websites Ihrer stärksten Mitbewerber. Vergleichen Sie ihre Porträts. Gibt es sichtbare Unterschiede oder sind die Bilder austauschbar?

Ein gutes Businessporträt zeigt Ihre Kompetenz und Ihren Anspruch. Es verkauft, bevor Sie ein Wort sagen, und es baut Vertrauen auf, bevor Sie den Raum betreten. Warum sollten Sie sich nicht von Ihrer besten Seite präsentieren?

Artgrade your business!

- Ihre Jana Lucas

Jana Lucas im Fokus



«Artgrade your business!»

heisst die Kolumne von Jana Lucas. Darin zeigt die promovierte Kunsthistorikerin, wie bildende Kunst als Ressource speziell für die Wirtschaft dienen kann. Denn wer unternehmerisch gestaltet, profitiert von künstlerischen Arbeitsweisen, so die These von

Jana Lucas. Innovationen kann nur entwickeln, wer neu denkt und eigene Positionen einnimmt. Künstlerinnen und Künstler bieten dafür Vorbilder. Die Kolumne nutzt Kunst daher als Trainingsgelände für unternehmerisches Handeln und bietet viele praktische Beispiele, um grundlegende Entscheidungen aus einer neuen Perspektive zu reflektieren, die eigenen Vorstellungen herauszufordern, den Fokus zu schärfen und konkrete Schritte für die gezielte Umsetzung abzuleiten.

In ihrem kunstbasierten Consulting mit Schwerpunkt Innovations- und Strategieentwicklung verbindet Jana Lucas unter dem Motto «Von der Kunst lernen» ihre jahrelange Erfahrung im Marketing mit Fragestellungen zu künstlerischen Gestaltungsprinzipien. Dabei spannt sie den Bogen zwischen Kreativität, Innovation sowie Wahrnehmung in der Kunst zu deren Bedeutung für Unternehmen. Darüber hinaus arbeitet Jana Lucas Unternehmens- sowie Privatsammlungen kunsthistorisch auf und erschliesst so deren Mehrwert für Unternehmen. Als Autorin veröffentlichte sie 2021 das erfolgreiche Sachbuch «Die geheimen Pionierinnen der Wirtschaft – Aussergewöhnliche Frauen, die unsere Wirtschaftswelt nachhaltig geprägt haben». 2023 erschien ihr neuestes Buch: «Kleine Basler Kunstgeschichte».

janalucas.ch

Der Unternehmergeist und die Polterer

Der Unternehmergeist im Fokus



Der **Unternehmergeist** ist eine Kolumne von Karl Zimmermann, die auf vergnügliche und dennoch nicht minder klare Art und Weise aufzeigt, wie er, der Unternehmergeist, «funktioniert» – und weshalb ihm in seinem Handeln scheinbar keine Grenzen gesetzt sind.

Karl Zimmermann, der Autor dieser Kolumne, startete seine berufliche Karriere 1974 mit einer Lehre als Metallbauschlosser. Nach zahlreichen Weiterbildungen war er ab 1983 Partner der Karl Zimmermann Metallbau AG, die er 2012 verkaufte. 2006 gründete er zusammen mit Hans und Andreas Weber die KMU-Nachfolgezentrum AG und ist dort seither als Verwaltungsrat und Nachfolgecoach aktiv. Ihr Kerngeschäft ist die Nachfolgeregelung von kleinen und mittleren Unternehmen. Nebst der direkten Beratung engagiert sich das KMU-Nachfolgezentrum in der Öffentlichkeit und will so die Gesellschaft für das Thema Nachfolge sensibilisieren.

Zu zahlreichen Mandaten und Mitgliedschaften gesellten sich 1998 der «Bayerische Staatspreis für besondere technische Leistungen im Handwerk» und 2005 der «Deutsche Bundespreis für hervorragende innovatorische Leistungen für das Handwerk» sowie 2006 der Gewerbebär der KMU-Stadt Bern.

www.kmu-nachfolgezentrum.ch
oder wirmarket.ch > Nachfolgezentrum

Liebe Leserin, lieber Leser

Keine Sorge, ich bin kein Poltergeist. Auch wenn man mich gelegentlich dafür hält. Ich bin der Unternehmergeist – eine Art Supervisor auch für all diejenigen, welche glauben, dass Lautstärke gleich Leadership ist. Ich tauche auf, wo Verantwortung übernommen wird, und verziehe mich elegant, sobald Entscheidungen wie Möbelstücke umgeworfen werden. Denn Getöse, so habe ich gelernt, ist selten ein Geschäftsmodell.

Polterer kenne ich gut. Sie betreten Räume wie Menschen, die einen Megafon-Vertrag unterschrieben haben, und verlassen sie mit dem Gefühl, dass die Welt gehört hat, was (ihre) Sache ist. Die Sätze der Polterer haben mehr Ausrufezeichen als Inhalt. Sie wollen ihre Meinung verkünden, nicht verhandeln. Sie nennen das Führung. Ich nenne es: akustische Präsenz mit limitiertem Mehrwert. Kurz wirksam, langfristig ermüdend – wie ein Espresso, der verstärkt als doppelter Ristretto daherkommt und trotzdem nicht wachhält.

Die Gattung der Polterer

Ein Polterer betritt keinen Raum, er beansprucht ihn. Entscheidungen werden nicht vorbereitet, sie werden verkündet. Diskussionen gelten als Zeitverschwendung, Zweifel als persönliche Beleidigung. Effizienz ist das Schlagwort, Ungeduld der Motor. Was dabei oft übersehen wird: Führung ist kein Sprint, sondern ein Orientierungslauf. Wer nur rennt, verliert irgendwann die Orientierung – und das Team gleich mit.

In vielen Organisationen werden Polterer erstaunlich lange für Führungskräfte gehalten. Sie wirken entschlossen. Sie wirken klar. Und sie wirken beschäftigt. Doch Wirkung ist nicht gleich Wirksamkeit. Ich habe Teams gesehen, die unter lautem Leadership erstaunlich leise wurden. Nicht, weil sie einverstanden waren – sondern weil



Der Unternehmergeist: «Führung wirkt nicht durch Dezibel, sondern durch Haltung.»

Foto: Getty Images

sie gelernt hatten, dass Mitreden bei Lärm ungefähr so effektiv ist wie Flüstern neben einem Presslufthammer.

Besonders amüsant sind die strategischen Polterer. Sie poltern über Vision, Tempo und Transformation – möglichst zu Beginn eines Meetings, möglichst bestimmt. Danach wundern sie sich, warum niemand Risiken oder Folgen anspricht. Dazu ein kleiner Tipp von mir: Angst erzeugt selten Offenheit. Und ohne Offenheit wird Strategie zur Fantasie. Ja, man kann damit Schlagzeilen produzieren – aber Ergebnisse? Eher nicht.

Dann gibt es die moralischen Polterer. Sie führen mit erhobenem Zeigefinger, als hätten sie einen eingebauten Kompass für das einzig Richtige. Sie verkünden Werte, leben sie aber nicht vor. Haltung wird eingefordert, nicht demonstriert. Eine gute Moral ist wichtig, keine Frage. Aber sie entfaltet ihre Wirkung nicht durch Lautstärke, sondern durch Beständigkeit. Menschen folgen nicht Worten – sie folgen dem Beispiel.

Polterer-Settings

Hier wird es spannend: Poltern zeigt sich unterschiedlich, je nach Organisationstyp. In KMU poltert man direkt, praktisch, mit Konsequenzen, die am nächsten Tag messbar sind. Ein lauter Satz kann Umsatz kosten – oder

retten. Alles hat sofort Gewicht. Die Polterer haben es hier also schwer: Sie poltern – und müssen morgen bereits liefern.

In der Verwaltung hingegen poltert man formal. Mit Papierbergen, Meetings und Vorschriften. Viel Lärm, wenig Bewegung, und niemand weiss am Ende so recht, wer eigentlich Recht hat. Dort kann man monatelang poltern, ohne dass irgendetwas wirklich vorangeht – und man wird trotzdem als «führungsstark» wahrgenommen, weil man Präsenz zeigt. Ein Paradoxon, das ich als Unternehmergeist nur mit Stirnrunzeln und einem leisen Schmunzeln beobachte.

Natürlich poltern manchmal auch gute Führungskräfte – unter Druck, unter Zeitnot, unter unerklärbarer Kaffeeknappheit. Das ist menschlich. Entscheidend ist dann: Wird das Poltern zur Ausnahme oder zur Methode? Dauerpoltern erzeugt Rückzug. Und ohne Beteiligung bleibt Leadership eine dekorative Funktion – nett anzusehen, aber wirkungslos.

Ursachen und Umgang

Poltern wird oft mit Stärke verwechselt. In Wahrheit ist es häufig ein Zeichen von Unsicherheit. Druck von oben, Erwartungen von allen Seiten, wenig Zeit zum Denken –

und schon wird aus Leadership Lärm. Ich kenne das. Auch Unternehmergeister stehen unter Spannung. Der Unterschied liegt darin, ob man sie reflektiert oder weitergibt.

Gute Führung hält Spannungen aus. Sie erlaubt Widerspruch. Sie lädt zum Denken ein, statt es zu übertönen. Ich habe erlebt, wie ein einziger ruhiger Satz eines Leaders mehr Vertrauen geschaffen hat als hundert laute Appelle. Führung wirkt nicht durch Dezibel, sondern durch Haltung.

Was mich beruhigt: Es gibt sie noch, die leisen Leaderinnen und Leader. Menschen, die zuhören, bevor sie entscheiden. Die Verantwortung tragen, ohne sie wie eine Fahne zu schwenken. Die nicht fragen: «Wie wirke ich?», sondern: «Was bewirke ich?» Bei ihnen bleibe ich gern. Dort kann Unternehmergeist wachsen. Und ich kann mich zurücklehnen, statt neben einem Polterer Schallschutz anbringen zu müssen.

Und ehrlich gesagt: Manchmal macht das Zuschauen sogar Spass. Ich zwinkere, wenn ein Polterer die Tür zuschlägt oder an einem Tisch rüttelt, um Autorität zu beweisen. Ein bisschen Theater muss sein – solange es nicht die einzige Strategie ist. Denn am Ende des Tages zählt Wirkung, nicht Geräuschpegel.

Also, wenn es das nächste Mal poltert – im Meeting, im Projekt oder im eigenen Kopf – dann lächeln Sie kurz. Fragen Sie sich: Brauche ich gerade Lautstärke oder einen Richtungsweiser? Meist ist es Letzteres. Und Richtung entsteht leise. Sehr leise. Vielleicht sogar so leise, dass ein Polterer sie übersieht – und sich selbst überhört.

Ich bin der Unternehmergeist. Ich liebe Mut, Tempo und klare Entscheidungen. Aber am liebsten wirke ich dort, wo Führung nicht lärmt, sondern tatsächlich etwas bewegt. Und ja, ab und zu zwinkere ich, wenn ein Polterer den Raum betritt, die Tür zuschlägt – oder auf den Tisch haut. Denn Humor ist das einzige Werkzeug, das Polterer nicht übertönen können.

Herzlich unternehmerisch (und ein bisschen schmunzelnd)

● *Euer Unternehmergeist*

Neue WIR-Teilnehmer

Die tagesaktuellen Angaben zu allen neuen und bestehenden WIR-Teilnehmern finden Sie auf wirmarket.ch

AG

DBA Bau AG flex

Bruggerstrasse 37, 5103 Wildegg
T 062 893 30 30
info@dbabau.ch, www.dbabau.ch
Allgemeiner Hoch- und Tiefbau ohne ausgeprägten Schwerpunkt

Gersbach AG flex

Gerstenweg 1, 4310 Rheinfelden
info@gersbach-ag.ch, www.gersbach-ag.ch
Sanitärinstallation und Spenglerei

P&E Immo AG flex

Aeschwahrstrasse 25, 4665 Oftringen
T 062 788 60 66
liegenschaften@floccari.ch
Kauf und Verkauf von eigenen Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen

AI

Bruchs AG flex

Dorfstrasse 40, 9108 Gonten
heike@bruch.com
Unternehmensberatung

BE

Architekturbüro E. Bornand AG flex

Giacomettistrasse 1, 3006 Bern
T 031 351 91 91
info@bornand-arch.ch
Architekturbüros

CB Immo AG flex

Unterwintersei 17, 3415 Rüegsauschachen
T 034 402 50 40
info@cbimmo.ch
Kauf und Verkauf von eigenen Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen

CSD Computer Solutions Development AG flex

Meielenfeldweg 10, 3052 Zollikofen
T 031 914 08 08
www.csdag.ch
Programmierungstätigkeiten

Gerber Maschinenbau GmbH 3%

Hauptstrasse 74, 4952 Eriswil
T 062 966 03 30
Mechanische Werkstätten

HwR AG 3%

Moos 1, 3772 St. Stephan
T 033 729 16 20
buchhaltung@hwr.ch, www.hwr.ch
Sägewerke

K-Liegenschaften AG flex

Sägestrasse 26, 3550 Langnau im Emmental
T 034 409 11 14
Verwaltung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

M.CH Solutions GmbH flex

Gäustrasse 18, 3174 Thörishaus
m.ch.solutionsgmbh@hotmail.com
Andere Holdinggesellschaften

Spielbar-Lyss GmbH flex

Juraweg 1, 3250 Lyss
spielbarlyssgmbh@gmail.com
Erbringung von Dienstleistungen der Unterhaltung und der Erholung a. n. g.

BS

Basler Bodenbeläge GmbH flex

Blauenstrasse 22, 4054 Basel
Info@baslerbb.ch, www.baslerboden.ch
Verlegen von Fussböden

Novexus AG flex

Messeplatz 10, 4058 Basel
info@novexus.ch, www.novexus.ch
Grosshandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln

SKAT Architektur Andreas Korte flex

Weiherweg 60, 4054 Basel
M 077 813 87 47
korte@skatarchitektur.ch
Architekturbüros

Team RegioServices GmbH 20%

Reinacherstrasse 131, 4053 Basel
T 061 903 90 67
info@teamregio.ch, www.teamregio.ch
Allgemeine Gebäudereinigung

FR

SchwarzseeStärn AG 50%

Gassera 1, 1716 Schwarzsee
T 026 412 00 27
info@schwarzseeestaern.ch, www.schwarzseeestaern.ch
Verwaltung von Hotels, Gasthöfen und Pensionen

GE

MYCRA Sàrl flex

Chemin des Mines 2, 1202 Genève
admin@mycra.ch, www.mycra.ch
Activités comptables, fiduciaires

NH Services SARL flex

Vieux-Chemin d'Onex 35, 1213 Onex
M 079 749 83 74
Agences immobilières

GR

Studio legale Avv. Andrea Toschini 5%

Piazza 10, 6535 Roveredo GR
T 091 827 46 26
studio@avvtoschini.ch
Attività degli studi legali e notarili

WETA mobile solutions AG flex

Neudorfstrasse 11, 7430 Thusis
info@weta-mobile.ch, www.weta-mobile.ch
Verlegen von sonstiger Software

LU

ARTpreneur flex

Schützenmatte 1, 6214 Schenkon
www.artpreneur.ch
Organisationen der Kultur, Bildung, Wissenschaft und Forschung

SG

Baettig AG flex

Multergasse 2, 9000 St. Gallen
Verwaltung von Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen für Dritte

Fuchs Rasenmäher und Motorgeräte GmbH flex

Lehnackerstrasse 10, 9033 Untereggen
info@fuchs-rasenmaeher.ch, www.fuchs-rasenmaeher.ch
Sonst. DH. mit Bau- u. Heimwerkerbedarf

Fürk AG 3%

Schachenstrasse 3, 9016 St. Gallen
info@fuerkag.ch, www.fuerkag.ch
Instandhaltung und Reparatur von Automobilen

Kuhn Innovative Solutions flex

Webergasse 16, 8640 Rapperswil SG
www.peterkuhn.ch
Erbringung von Beratungsleistungen auf dem Gebiet der Informationstechnologie

Walt Hauswartungen GmbH flex

Wiesentalstrasse 10, 9450 Altstätten SG
info@waltwartungen.ch, www.waltwartungen.ch
Hausmeisterdienste, Facility Management

SO

CREA Fassaden-und Glasbausysteme AG flex

Gewerbestrasse 11, 4553 Subingen
crea@creasysteme.ch, www.creasysteme.ch
Herstellung von Flachglas

Keti Unterlagsböden GmbH flex

Eschenstrasse 2, 4563 Gerlafingen
info@keti.ch, www.keti-gmbh.ch
Verlegen von Fussböden

Saudan AG flex

Hunnenweg 2, 4500 Solothurn
www.saudan.ch
Sanitär- und Heizungsinstallation

TECCOM GmbH flex

Bifang 5, 4625 Oberbuchsitzen
T 062 396 44 44
www.teccom.ch
Elektroinstallation

SZ

vb versicherungsbroker Peter Angst AG flex

Chli Ebnet 1, 6403 Küsnacht am Rigi
T 041 850 14 55, M 076 510 45 48
info@vb-angst.ch, www.vb-angst.ch
Tätigkeit von Versicherungsmaklerinnen und -maklern

TG

Dietrich Tore GmbH flex

Hauptstrasse 2, 8512 Thundorf
info@dietrichtore.ch, www.dietrichtore.ch
Sonstige Bauinstallation

Dr. Weber + Partner AG flex

Hauptstrasse 53, 8280 Kreuzlingen
rweber14@bluewin.ch
Kauf und Verkauf von eigenen Grundstücken, Gebäuden und Wohnungen

Giselbrecht AG Malerhandwerk flex

Romanshorerstrasse 29, 8580 Amriswil
info@giselbrecht.ch, www.giselbrecht.ch
Malerei

SBH ARCHITEKTEN AG flex

Frohheimstrasse 3, 9325 Roggwil TG
info@sbh-ag.ch, www.sbh-ag.ch
Architekturbüros

VD

M.K Démolition - Terrassement Sàrl flex

Chemin du Champ aux Roses 15, 1338 Ballaigues
Info@mk-dt.ch, www.mk-dt.ch
Travaux de préparation des sites

VS

Charpentepius Schwery Sàrl flex

Route du Brésil 6, 1906 Charrat
T 079 419 12 66
info@charpentepius.ch, www.charpentepius.ch
Montage de charpentes

iELLO SA flex

Route de l'Usine 9, 1937 Orsières
hello@iello.ch, www.iello.ch
Installation électrique

Il gusto della pasta fresca SA flex

Route de la Gemmi 149, 3960 Sierre
ilgustodellapastafresca@gmail.com
Produzione di paste alimentari, di cuscus e di prodotti farinacei simili

L'inox design Sàrl 10%

Zone Industrielle Bovéry 26, 1868 Collombey
contact@inoxdesign.ch
Ateliers mécaniques

MEICHTRY Wohngefühl AG flex

Industriestrasse 16, 3970 Salgesch
T 079 424 20 84
info@meichtrywohnen.ch, www.meichtrywohnen.ch
Verlegen von Fussböden

myroom AG 20%

Kiesweg 10, 3904 Naters
M 079 841 28 22
info@myroom.ag, myroom.ag
Vermietung und Verpachtung von eigenen oder geleasteten Gebäuden und Wohnungen

Pascal Louis Perrin Serrurerie 10%

Clou Davau 34, 1922 Les Granges (Salvan)
pp.perrin@bluewin.ch
Ateliers mécaniques

Salamin B. Menuiserie Sàrl flex

Pachienstrasse 35, 3970 Salgesch
M 079 663 13 49
blaise.salamin@hotmail.com
Menuiserie d'intérieur

ZG

Chevilly AG flex

Zugerstrasse 74, 6340 Baar
T 041 767 70 50
Sonstige Finanzierungsinstitutionen a. n. g.

Hazeraj AG flex

Blegistrasse 11b, 6340 Baar
T 078 924 55 88
info@hazeraj.ch, www.hazeraj.ch
Güterbeförderung im Strassenverkehr

ZH

A2R Design GmbH flex

Industriestrasse 21, 8304 Wallisellen
arben@a2r.design, www.a2r.design
Entwicklung von Bauprojekten

Air Activités AG flex

Klotenerstrasse 10, 8303 Bassersdorf
T 044 211 60 09
matthias.roemer@von-poll.com
Herstellung von sonstigen elektrischen Ausrüstungen und Geräten a. n. g.

Baltensperger AG Hochbau Tiefbau Holzbau flex

Albert-Einstein-Strasse 17, 8404 Winterthur
info@baltenspergerbau.ch, www.baltenspergerbau.ch
Allgemeiner Hoch- und Tiefbau ohne ausgeprägten Schwerpunkt

CH - Estate AG flex

Uetlibergstrasse 360, 8045 Zürich
ch-estate@hotmail.com, www.ch-estate.ch
Investmentgesellschaften

Colberg GmbH flex

Thurgauerstrasse 117, 8152 Glattpark (Opfikon)
info@colberhg.ch, www.colberg-workwear.ch
Grosshandel mit Bekleidung

Europa Trans GmbH	flex	Jim Bob AG	flex
Heerenstegstrasse 1, 8427 Rorbass T 044 865 86 86 www.eurotrans-rorbass.ch <i>Güterbeförderung im Strassenverkehr</i>		Fohlochstrass 5a, 8460 Marthalen www.jimbob.ch <i>Detailhandel mit Sportartikeln</i>	
Hotel Bramen GmbH	flex	organicer gmbh	flex
Schaffhauserstrasse 62, 8302 Kloten T 044 814 00 00 www.bramen.ch <i>Verwaltung von Hotels, Gasthöfen und Pensionen</i>		Mühlebachstrasse 27, 8008 Zürich rb@organicer.ch <i>Grosshandel ohne ausgeprägten Schwerpunkt</i>	
Immo Concept Group AG	flex	Ueckert Dach AG	3%
Kirchweg 129, 8102 Oberengstringen T 061 861 01 68 info@immocg.ch <i>Grosshandel mit medizinischen, chirurgischen und orthopädischen Erzeugnissen</i>		Bahnhofstrasse 15, 8942 Oberrieden info@ueckert.ch , www.ueckert.ch <i>Bauspenglerei</i>	
JADA Dämm- und Brandschutz AG	flex	Werkart Group AG	flex
Werkstrasse 20, 8404 Winterthur T 052 203 55 02 info@jada.ch , www.jada.ch <i>Dämmung gegen Kälte, Wärme, Schall und Erschütterung</i>		Oberfeldstrasse 26, 8302 Kloten info@werkartgroup.ag , werkartgroup.ag <i>Allgemeiner Hochbau</i>	
		wirdruck.ch GmbH	100%
		Aubrigstrasse 9, 8620 Wetzikon ZH info@druckteam.ch <i>Sonstiges Drucken a. n. g.</i>	

« Wir installieren
Zufriedenheit. »

Alexandre Grand,
JMG Electroménager, Crissier,
WIR-Netzwerker

Jetzt
KMU-Paket
eröffnen



WIR-Networks

9 eigenständige WIR-Networks bilden das grösste Business-Netzwerk der Schweiz. Sie bieten spannende Referate, Besichtigungen und Reisen an – ideale Gelegenheiten, potenzielle Geschäftspartner kennenzulernen und die Geschäftstätigkeit auszuweiten!

Nachfolgend der Überblick über die Kontakte der einzelnen regionalen Networks.

Kontakte

WIR-Networks	Webseite	Präsidentin/Präsident
Aargau	www.wir-network-aargau.ch	Thomi Bräm
business3plus	www.business3.plus	Urs Bratschi
Graubünden-Südostschweiz	www.wirnetwork-gr.ch	Stefan Gall
Nordwestschweiz	www.wirnw.ch	Ralph Götschi
Oberwallis		Michael Hildbrand
Ostschweiz	www.wir-netzwerk.ch	Ralph Saurer
Schaffhausen	www.wir-sh.ch	Lasse Pfenninger
Svizzera italiana		David Camponovo
Zürich	www.wir-netz.ch	Roland Jenny

Donnerstag:
26. März 2026

Silvretta Parkhotel Klosters
Landstrasse 190
7250 Klosters
www.silvretta.ch

EINLADUNG ZUR 30. GENERALVERSAMMLUNG



Anträge sind schriftlich bis 10 Tage vor der Generalversammlung dem Präsidenten einzureichen. Im Anschluss an die GV wird ein Apéro inkl. Nachtessen offeriert.

Beginn: 17.00 Uhr

Traktanden:

1. Begrüssung
2. Wahl der Stimmenzähler
3. Genehmigung des Protokolls der 29. Generalversammlung in Summaprada
4. Jahresbericht des Präsidenten
5. Jahresrechnung 2025
6. Bericht des Rechnungsrevisors und Décharge-Erteilung
7. Budget 2026
8. Abstimmung über Budget 2026
9. Erneuerungswahlen Vorstand und Rechnungsrevisor
10. Veranstaltungskalender 2026
11. Jahresbeiträge 2026
12. Anträge
13. Allgemeine Umfrage

WIR ne+work
Zürich

DAS ZELT:
Abendessen & Show
Kasernenareal Zürich

MAGIC CLUB SHOW
mit Michel Gammenthaler, Peter Marvey, Erwin aus der Schweiz und Shotty Ice

Sei gespannt auf die Neuausgabe des Magic Clubs! Erlebe unglaubliche Illusionen, verblüffende Tricks und jede Menge Überraschungen – hautnah und mit Einbezug des Publikums.

Vor der Show treffen wir uns zu einem gemütlichen Znacht im Zelt.



DASZELT

Sonntag, 29. März 2026

MAGIC CLUB Show in Das Zelt Zürich

Das Programm: 15.30 h Eintreffen der Gäste + Apéro
16.00 h 3-Gang-Abendessen
18.00 h Show
20.15 h Ende

Ort: Das Zelt, Zürich

Die Anmeldung: www.wir-netz.ch

Die Kosten: CHW 195 pro Person für Mitglieder + Begleitpersonen



LANDGASTHOF
ADLER

WIR ne+work Ostschweiz

Einladung zur 69. Generalversammlung

Liebe Mitglieder des WIR-Network Ostschweiz

Im Landgasthof Adler blicken wir gemeinsam auf das vergangene Jahr zurück und gestalten die Zukunft des WIR-Network Ostschweiz. Im offiziellen Teil werden wichtige Themen besprochen und Entscheidungen getroffen. Anschliessend geniessen wir ein gemütliches Abendessen und lassen den Abend in entspannter Atmosphäre ausklingen.

Wir freuen uns auf eure Teilnahme und den persönlichen Austausch.



Donnerstag, 23. April 2026



**Landgasthof Adler
Schlossstr. 1 9526 Zuckenriet**



18.00 bis 22.00 Uhr



Anmeldung:

**www.wir-netzwerk.ch/gv26
Anmeldeschluss 13. April 2026**



WIR FORUM KMU TALK

WIR ne+work
Zürich
WIR ne+work
Ostschweiz

DER KMU TALK MIT DEN
SKI-OLYMPIASIEGERINNEN
DOMINIQUE & MICHELLE GISIN

Vortrag & Diskussion:

“A true athlete”

**Wie Erfahrung & Erfolg auf
Nachfolger übertragen werden
können im Sport und bei KMUs**



**DR. CHRISTIAN
MARCOLLI**
Sportpsychologe



FRANCOIS COCHARD
Moderation

**MICHELLE & DOMINIQUE
GISIN**
SKI - Olympiasiegerinnen

DIENSTAG 26. MAI 2026

18 - 20 H
ANSCHLIESSEND APERO RICHE

**CASINO THEATER
WINTERTHUR**
STADTHAUSSTRASSE 119

JETZT ANMELDEN

wir-netz.ch

WIR ne+work
Graubünden-
Südostschweiz

120
Plätze
verfügbar

**Samstag,
20. Juni 2026**

**Walenseebühne
Kasernenstrasse
8880 Walenstadt**

Mit 100% WIR!

Anmeldung

Anmeldungen bis 31. März 2026:

www.wir-network-gr.ch. Für Auskünfte bitte
Stefan Gall unter 079 416 42 49 kontaktieren.

Kosten

165 CHW pro Pers. - nur Eintritt
(Beste Sitzplatz-Kategorie mit Sitzkissen)

260.00 CHW pro Person
(Beste Sitzplatz-Kategorie mit Sitzkissen)
inkl. Apéro, Nachtessen und Getränke

**DIE PASSENDE IDEE FÜR FIRMEN-
UND KUNDENGESCHENKE!**

Erstmals als Openair-Musical in der Schweiz:
CHAPLIN – DAS MUSICAL



Mit dem WIR-Network Graubünden/Südostschweiz ans CHAPLIN-MUSICAL
Verbringen Sie einen sommerlichen Musical-Abend auf der Walensee-Bühne. Ersatz-
vorstellungen aufgrund einer wetterbedingten Verschiebung finden jeweils an einem
spielfreien Tag von Sonntag bis Mittwoch statt. Keine Rückerstattung des Kaufpreises
möglich. (Es gelten die AGB des Veranstalters, ohne Ticketversicherung).
Mehr Infos unter: www.wir-network-gr.ch

Bank **WIR**

«Sich gemeinsam
auf morgen
freuen.»

Jetzt
Säule 3a
eröffnen

wir.ch/vorsorgen



Disclaimer – Rechtliche Hinweise

Keine Gewähr

Alle Berichte, Kommentare, Hinweise, Berechnungen oder sonstigen Angaben («Inhalte») des WIRinfo dienen der Information und der Meinungsbildung des Lesers. Die Bank WIR übernimmt keine Gewähr für Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der bereitgestellten Inhalte. Der Leser nimmt im Weiteren zur Kenntnis, dass Kommentare externer Autoren nicht unbedingt die Meinung der Bank WIR wiedergeben. Hinweise auf vergangene Entwicklungen oder Performances sind keine Garantie für zukünftige Entwicklungen.

Keine Handlungsanweisungen

Die Inhalte des WIRinfo stellen teilweise Werbung dar, sind aber weder als Empfehlungen bzw. Handlungsanweisungen noch als Entscheidungshilfen für Anlageentscheide, Rechtsfragen, Steuerfragen oder dergleichen aufzufassen. Die Inhalte sind auch nicht als Aufforderung zum Kauf von Produkten oder zur Inanspruchnahme bestimmter Dienstleistungen der Bank WIR oder Dritter zu verstehen.

Inserate

Es werden nur Inserate veröffentlicht, die den einschlägigen Inseratebedingungen der Bank entsprechen. Für den Inhalt der Inserate und die angebotenen Produkte und Dienstleistungen ist allein der Inserent verantwortlich, und allein der Inserent hat für allfällige Ansprüche einzustehen.

Konditionen

Die genannten Konditionen und Tarife beziehen sich auf den Stand bei Redaktionsschluss und können jederzeit und ohne Vorankündigung geändert werden.

Nachdruck

Der Nachdruck von Beiträgen aus dem WIRinfo ist nur mit ausdrücklicher Zustimmung der Bank und unter Angabe der Quelle gestattet.

Haftungsausschluss

Jegliche Haftung der Bank WIR (Fahrlässigkeit eingeschlossen) für Schäden irgendwelcher Art, die sich aus der Nutzung oder Nichtnutzung der im WIRinfo enthaltenen Inhalte bzw. durch die Nutzung fehlerhafter und unvollständiger Inhalte ergeben können, ist ausgeschlossen.

Impressum

WIRinfo – März 2026, 93. Jahrgang, Nr. 1161
Das Magazin für Genossenschafter und Genossenschafterinnen der Bank WIR und Schweizer KMU
Herausgeberin: WIR Bank Genossenschaft, Basel

Chefredaktor: Daniel Flury
wir.ch/kontakt

Fotografen: siehe Bildhinweise

Foto Titelseite: Henry Muchenberger

Übersetzungen: Daniel Gasser, Yvorne

Konzeption und Gestaltung: Schober Bonina AG, Basel

Layout: Vogt-Schild Druck, Derendingen

Druck: Cavelti AG, Gossau

Gedruckt auf Recyclingpapier mit EU-Ecolabel. Das Label ist eine Referenz für Verbraucherinnen und Verbraucher, die mit der Nutzung von umweltfreundlichen Produkten und Dienstleistungen zu einer Verringerung der Umweltverschmutzung beitragen wollen.

gedruckt in der
schweiz



Der Umwelt zuliebe!

Erscheinungsweise: zweimonatlich auf Deutsch und Französisch

Gesamtauflage: 21 070

Inserate: siehe letzte Seite

Abo-Preis: 10.20 CHF (inkl. MwSt.)

Adressänderungen und Abonnemente:

Bank WIR, Beratungszentrum, Postfach, 4002 Basel
oder T 0800 947 947

Standorte der Bank WIR

Hauptsitz Basel

WIR Bank Genossenschaft
Auberg 1
4002 Basel

Filiale Bern

WIR Bank Genossenschaft
Hilfikerstrasse 4
3014 Bern

Filiale Lausanne

WIR Bank Genossenschaft
Av. Louis-Ruchonnet 16
1003 Lausanne

Filiale Lugano

WIR Bank Genossenschaft
Riva Caccia 1
6900 Lugano

Filiale Luzern

WIR Bank Genossenschaft
Obergrundstrasse 88
6005 Luzern

Filiale St. Gallen

WIR Bank Genossenschaft
Zwinglistrasse 2
9000 St. Gallen

Filiale Zürich

WIR Bank Genossenschaft
Schaffhauserplatz 3
8006 Zürich

Filiale Chur

WIR Bank Genossenschaft
Alexanderstrasse 24
Postfach 699, 7001 Chur

Filiale Siders

WIR Bank Genossenschaft
Av. du Général Guisan 4
3960 Siders

Kontakt und Social Media

Telefon (Mo–Fr, 07.30–18.00)
0800 947 947

Fax
0800 947 942

E-Mail
info@wir.ch



WIR-Messen

WIR-Expo Zürich

François Cochard
Regina-Kägi-Strasse 11
8050 Zürich

T 043 818 26 36
info@wir-expo.ch
wirexpo.ch

WIR-Messe Rothrist

Andy Bühler
Weidweg 1
4852 Rothrist

T 079 224 27 08
info@gaertneri-buehler.ch
triibhuus.events



Werbemöglichkeiten im WIR-Netzwerk

Mit dem WIRinfo, den WIRmailings und mit der Plattform WIRmarket.ch stellt die Bank WIR den WIR-Kunden drei Werbekanäle zur Verfügung. Sie sind ebenso Teil des WIR-KMU-Pakets wie die jährliche Werbegutscheft von 500 CHW. Auch über die WIR-Partner-Networks und an WIR-Messen können Sie Ihre Sichtbarkeit erhöhen.

Ihre Vorteile auf einen Blick

- Die ersten 500 CHW schenken wir Ihnen
- Bezahlung in 100% WIR
- Gezielte Ansprache mit WIRmailings (Direct Mailings an WIR-Teilnehmer)
- Geringer Streuverlust
- Jahresrabatt ab einem Werbeumsatz von 1200 CHW
- Unkomplizierte Verrechnung und detaillierte Belastungsanzeige

WIRmarket.ch

Auf WIRmarket.ch können Sie unbeschränkt gratis **Inserate** schalten (Pinnwand), Ihre Produkte im **Shop** anbieten und **Ausschreibungen** publizieren.

Zudem haben Sie die Möglichkeit, Ihre Firma, Inserate, Shopartikel und Ihre Ausschreibungen mit **Toplistings** zu bewerben. Die Anzahl Views und Klicks können Sie jederzeit unter «Profile» überprüfen. Preis Toplistings: 10 CHW/Tag

Ihr erster Schritt auf wirmarket.ch sollte aber die Aktualisierung und Vervollständigung Ihres Firmeneintrags sein. Nutzen Sie dazu aussagekräftige Fotos und Texte. Auch mit den folgenden Gratis-Instrumenten erhöhen Sie im WIRmarket die Aufmerksamkeit:

- **Zusätzliche WIR-Annahmesätze** z.B. für spezielle Angebote
- **Aktionen:** temporäre Erhöhung des WIR-Annahmesatzes

WIRinfo – das Schweizer KMU-Magazin

Das WIRinfo erscheint zu Beginn der Monate Januar, März, Mai, Juli, September und November in einer Auflage von rund **21 000 Exemplaren**. Sie erreichen damit **alle WIR-KMU und deren Angestellte mit WIR-Konto**.

Inserateschluss: i.d.R. der 10. des Vormonats, bei Sonn- und Feiertagen der letzte Werktag davor. Richten Sie Ihre Inserate oder Fragen an: inserate@wir.ch

Inseratepreise im WIRinfo (WIR-Anteil 100%)

Grösse	Schwarzweiss	Farbig
2. U-Seite	4090.–	4700.–
3. U-Seite	3890.–	4470.–
4. U-Seite	4290.–	4930.–
Inhalt	Schwarzweiss	Farbig
1/1 Seite	2980.–	3460.–
1/2 Seite	1490.–	1730.–
1/4 Seite	745.–	865.–
1/8 Seite	370.–	430.–
pro 1/48 Seite	62.–	72.–

Im WIRinfo sind Chiffre-Inserate möglich; Gebühr: 8.50 CHW



WIRmailing

Mit einem WIRmailing gelangen Sie ohne Streuverlust an die WIR-Teilnehmer Ihrer Wahl und erweitern Ihren Kundenstamm.

So funktioniert's:

Sie liefern uns Ihre verpackte oder unverpackte Werbesendung zur Adressierung und informieren uns, wen Sie anschreiben möchten:

- Ausgewählte Postleitzahlen (max. 20 Stück)
- Ausgewählte Kantone
- Ausgewählte Branchenteilnehmer
- Ausgewählte Sprache der Teilnehmer
- Alle WIR-Teilnehmer
- Selbstgewählte Kombination von Auswahlmöglichkeiten

Geben Sie auf der Drucksache einen WIR-Annahmesatz an, der nicht tiefer als Ihr im WIRmarket publizierter Satz ist.

Wählbare Versandarten:

- A-Post (1 Tag)
- B-Post (2 Tage)
- B2-Post (3–6 Tage)

Die Kosten werden Ihrem CHW- bzw. Ihrem CHF-Konto belastet:

- 0.22 CHW inklusive MwSt. in CHW (pro Adresse)
- Portotaxe inklusive MwSt. in CHF

Vorab benötigen wir 1 Musterexemplar zur internen Prüfung. Ihr Material (inkl. 20 Zusatzexemplare für den Probedruck) müssen Sie uns 14 Tage vor Versand anliefern.

Kontakt

Wollen Sie eine Offerte für ein WIRmailing einholen? Wir beraten Sie gerne. Kontaktieren Sie uns via E-Mail:

wirmailing@wir.ch

Rabatt auf Jahresumsatz

Ihre Werbe-Umsätze auf dem WIRmarket, im WIRinfo und mit WIRmailings werden im Inratesystem der Bank WIR laufend addiert und berechtigen ab einer Höhe von 1200 CHW zu einem Jahresrabatt, der Ihnen Ende Jahr gutgeschrieben wird.

Das sind die Rabattstufen:

Umsatz	Rabatt
ab 1200.–	4%
ab 3700.–	6%
ab 7700.–	8%
ab 17000.–	9%
ab 25000.–	10%



Impressionen von der WIR-Expo in Dietikon.

Mediadaten WIRinfo

Inserateaufgabe und Beratung

inserate@wir.ch

Geschäftsbedingungen
 Siehe www.wir.ch/agb-de

Inserateannahmeschluss: Bitte beachten Sie den Inserateschluss für das WIRinfo Mai 2026: Freitag, 10. April 2026, 12.00 Uhr.

Datenübernahme Druckunterlagen WIRinfo

Beim Erstellen der PDF-Datei bitte in den Farbeinstellungen das Profil «ISOnewspaper» auswählen und exportieren. Handschriftlich verfasste oder gefaxte Textinserate können nicht entgegengenommen werden.

Programme

QuarkXPress
 InDesign
 MS Word
 PDF Acrobat
 Illustrator
 Photoshop

Mac

-
-
-
-
-
-

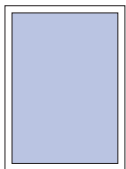
Win

-
-
-
-
-
-

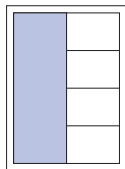
Wichtig: Bei offenen InDesign-, Illustrator- und Photoshop-Dateien müssen Schriften immer mitgeliefert werden (keine TrueType-Schriften). Die entsprechenden Zeichensatzkoffer und PostScript-Fonts bitte gezippt mitgeben. Bei PDF- und EPS-Dateien müssen Logos und Schriften eingebettet (mitgeliefert) sein. Die Datei muss mit den Originalbilddaten (Tiff oder EPS) geschrieben sein. Keine Layout-Bilddaten verwenden. Die PDF-Datei muss Acrobat-4-kompatibel sein (Version 1.3) und mit einer Auflösung von 240 dpi erstellt werden.

Datenträger: CD, DVD, Zip (100/250)

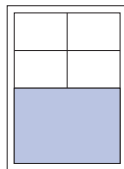
Inseratgrößen und Inseratpreise (alle Preise inkl. 8,1% MwSt., WIR-Anteil 75%)



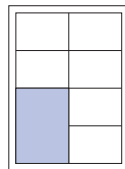
168x248 mm
 1/1 Seite Inhalt



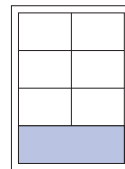
82x248 mm
 1/2 Seite hoch (2-sp.)



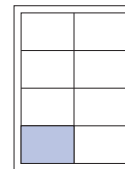
168x122 mm
 1/2 Seite quer (4-sp.)



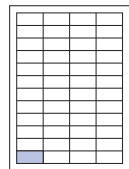
82x122 mm
 1/4 Seite hoch (2-sp.)



168x59 mm
 1/4 Seite quer (4-sp.)



82x59 mm
 1/8 Seite quer (2-sp.)



39x17 mm
 1/48 Seite

Mass für randabfallende Umschlagseiten: 210 x 297 mm + je 5 mm Beschnitt = 220 x 307 mm

Inseratpreise (100% WIR)

Inhaltsseiten	Schwarzweiss	Farbig
pro 1/48-Seite	62.-	72.-
1/8-Seite	370.-	430.-
1/4-Seite	745.-	865.-
1/2-Seite	1490.-	1730.-
1/1-Seite	2980.-	3460.-
Umschlagsseiten		
2. U.-Seite	4090.-	4700.-
3. U.-Seite	3890.-	4470.-
4. U.-Seite	4290.-	4930.-

Rabatt auf Jahresumsatz (WIRinfo, WIRmarket, WIRmailing)

4%	ab 1200.-
6%	ab 3700.-
8%	ab 7700.-
9%	ab 17000.-
10%	ab 25000.-

Chiffregebühr: 8.50